

LA COMUNICACIÓN EN LA MODA COMO POSIBILIDAD DE INTERPRETACIÓN
DE SIGNIFICADOS SOCIALES.

ESTUDIO ETNOGRÁFICO DE LOS RASGOS DE IDENTIDAD CULTURAL EN
LA INDUMENTARIA DE LOS MIEMBROS DE LA SUBCULTURA PUNK EN
MEDELLÍN

JENNIFER MUÑOZ GUZMÁN

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MEDELLÍN
2019



LA COMUNICACIÓN EN LA MODA COMO POSIBILIDAD DE INTERPRETACIÓN
DE SIGNIFICADOS SOCIALES. ESTUDIO ETNOGRÁFICO DE LOS RASGOS
DE IDENTIDAD CULTURAL EN LA INDUMENTARIA DE LOS MIEMBROS DE LA
SUBCULTURA PUNK EN MEDELLÍN


JENNIFER MUÑOZ GUZMÁN

Trabajo de grado para optar al título de Comunicadora Social

Asesor

Nélida Montoya Ramírez

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MEDELLÍN
2019



Nota de aceptación

Firma del presidente de
jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Medellín, 28 de mayo de 2019



Dedicatoria

Dedico este trabajo de grado a mi familia, que me permitió consolidarlo a través del apoyo incondicional. Especialmente a mi madre que siempre estuvo ahí brindándome palabras de aliento cuando ya no me quedaban fuerzas. Para este proceso fue esencial el acompañamiento de Tiffany, mi perrita, que me acompañó día y noche en la consolidación de gran parte del trabajo y me ofreció calidez en los momentos que me sentía frustrada por el proceso.

Agradecimientos

Agradezco a todos los docentes que acompañaron el proceso de elaboración del mi trabajo de grado desde los siguientes cursos:

- VII Nivel – Teorías Cognitivas y del Aprendizaje: Luis Fernando Zúñiga Melo
- VIII- Semiótica de la Educomunicación: Luis Fernando Zúñiga Melo
- IX – Etnografía de la Comunicación – Educación: Nélide Montoya Ramírez

Tabla de contenido

	Pág.
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1.1. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DESDE LA LÍNEA Y LA SUBLÍNEA DE LA FACULTAD	13
1.2. FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA	17
1.3. OBJETIVOS	17
1.3.1. General	17
1.3.2. Específicos	17
2. MARCO TEÓRICO O REFERENTE CONCEPTUAL	19
2.1. ANTECEDENTES	19
2.2. MARCO CONCEPTUAL	29
2.2.1. Comunicación	30
2.2.2. Moda: antimoda, punk y moda abierta	33
2.2.3. La indumentaria, complemento del vestido y comunicadora de significado	38
2.2.4. Identidad	40
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	43

3.1.	PARADIGMA Y TIPO DE INVESTIGACIÓN	43
3.2.	DELIMITACIÓN	44
3.2.1.	Sujeto/Objeto	44
3.2.2.	Tiempo y escenario	44
3.3.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	44
3.4.	TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	44
3.4.1.	Observación no participante	45
3.4.2.	Entrevista semiestructurada	45
3.5.	TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN	46
3.6.	MUESTRA, MUESTREO INTENCIONADO	47
3.7.	PLAN DE TRABAJO	47
3.8.	PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN	49
4.	SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	51
4.1.	ORGANIZACIÓN DE DATOS CUALITATIVOS PARA EL ANÁLISIS	51
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	79
6.	PRODUCTO RESULTADO DE INVESTIGACIÓN	80
6.1	PRESENTACIÓN	80
6.2	JUSTIFICACIÓN DEL PRODUCTO	80

6.3 DESCRIPCIÓN DEL DISEÑO O ELABORACIÓN DEL PRODUCTO	81
6.4 PRODUCTO	81
8. ANEXOS	86
8.1. TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	86
8.2. CONSENTIMIENTOS INFORMADOS	93
8.3. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN	95
8.4. OTROS ANEXOS QUE SEAN REQUERIDOS	102

LISTA DE TABLAS

pág.



LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo 1. Protocolo de observación no participante	44
Anexo 2. Entrevista semiestructurada	47
Anexo 3. Ficha de análisis	50
Anexo 4. Consentimiento informado	51
Anexo 5. Matriz descriptiva	53
Anexo 6. Cronograma	58

FICHA TÉCNICA DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN PLANTEADO

Título del proyecto de investigación: Rasgos de identidad miembros de la subcultura punk a través de la indumentaria en la ciudad de Medellín.

Línea de Investigación: Comunicación-Educación

Sublínea: Comunicación, Educación y Ciudad.

Facultad: Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño.

Programa Académico: Comunicación Social.

Palabras clave: comunicación, identidad, moda, subcultura punk.

RESUMEN DE LA PROPUESTA INVESTIGATIVA:

El presente trabajo se analizó la comunicación en la moda como posibilidad de interpretación de significados sociales, a través de un estudio etnográfico de los rasgos de identidad cultural en la indumentaria de los miembros de la subcultura punk en Medellín

. Este objetivo se orienta al planteamiento de categorías fundamentales como *moda*, *indumentaria*, *identidad* y *comunicación*, conceptos que son definidos desde autores importantes como Lipovetsky, Henao, Uribe, Hall, entre otros.

Como metodología, la investigación se orienta desde un enfoque cualitativo, con paradigma histórico-hermenéutico, diseño no experimental y estudio transversal. Los instrumentos empleados fueron la observación no participante y entrevistas semiestructuradas a cinco miembros de la subcultura punk de la ciudad de Medellín, concretamente, el municipio de Bello.

Los resultados esperados apuntan al análisis de la dimensión comunicativa de la indumentaria (objeto de estudio), que posibilite la comprensión de la identidad en los miembros de esta subcultura a partir de la indumentaria. Se espera entonces que la indumentaria constituya un elemento comunicativo clave en la identidad de los integrantes punk de este sector de Medellín.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DESDE LA LÍNEA Y LA SUBLÍNEA DE LA FACULTAD

“¿Cómo una institución esencialmente estructurada por lo efímero y la fantasía estética ha podido conseguir un lugar en la historia humana?” (Lipovetsky, 1990, p. 10). Este es el interrogante que se plantea Lipovetsky, al referirse a la moda como aquella institución, que, aunque efímera, ha sido cambiante e influyente en las sociedades a lo largo de los años, particularmente en Occidente. La moda ha trascendido a los modelos tradicionales y originales de su concepción natal (signo de ambiciones de clase) hacia otras formas de entenderse como “uno de los espejos donde se ve lo que constituye nuestro destino histórico más singular: la negación del poder inmemorial del pasado tradicional, la fiebre moderna de las novedades, la celebración del presente social” (Lipovetsky, 1990, p. 11).

Día a día el ser humano, altamente dotado de lenguaje, busca significarlo todo, siendo esta una característica distintiva de lo que el hombre representa en la tierra por encima de los animales y la naturaleza. En este sentido, la moda es un buen ejemplo de esa ansia de significar, actualizándose en el tiempo y adaptándose al hambre de novedad de las personas. En la actualidad, a la moda tradicional se le ha entregado un pequeño espacio entre muchos otros que habitan en el conjunto de la moda en general y que representan su auge en la contemporaneidad y que se oponen a la idea tradicional.

La moda ha sido significada por el ser humano, a tal punto, que ya no porta un solo sentido, sino muchos más; ya no se entiende solo desde la idea de crear pertenencia social, sino también de configurar una identidad, insertándose el sujeto en un grupo social determinado (Abruzzese, 2010).

Partiendo de la relación moderna entre moda e identidad, se establecen maneras de *ser* y *estar* a la moda. El *ser* se sitúa en el plano individual, mientras que el *estar* lo hace en la colectividad (Abruzzese, 2010). Ante esto, el ser humano modifica las estructuras de moda de su época, llevándolas a otro nivel, en el cual otros sujetos asumen sus formas de *ser* y *estar*, configurando identidades a través de la moda. La idea posmoderna de la sociedad de consumo es un claro ejemplo de lo que significa configurar identidades flexibles y fragmentadas desde la moda, al darle la posibilidad al sujeto de elegir con qué identificarse (Alconchel, 2015).

Para explicarlo mejor, la posmodernidad logró que el sujeto se liberara de las ideas tradicionales y hegemónicas desde las cuales se establecía la identidad. Sin embargo, su proyecto ante este despojo no estableció parámetros ordenados ni delimitados, sino más bien un mundo de alternativas posibles (Alconchel, 2015).

En el curso de la relación entre moda e identidad en la posmodernidad, los jóvenes toman una enorme importancia para la sociedad de consumo (Henaó, 2007). Las subculturas, contraculturas y culturas juveniles se convierten en un anzuelo para que las producciones culturales pasen a ser “simples formas comercializadas” (Henaó, 2007, p. 6). La ideología de estos movimientos queda rezagada ante el interés de la sociedad de consumo por destacar comercialmente otros rasgos como la rebeldía, agresividad y todos aquellos aspectos vinculados con lo juvenil. Esta tendencia es resignificada por los medios de comunicación, generando rechazo por parte de aquellas culturas juveniles que no aceptan seguir los parámetros de la moda.

Una de las maneras de generar contrapeso ante los medios de influencia está en la indumentaria, es decir, en la forma en que cada subcultura le otorga significado a su manera de vestirse, apropiándose de una identidad. Esto implica que los miembros se vistan a la manera en que se identifican en su subcultura específica,

reforzando el elemento comunicativo no verbal que su comunidad quiere transmitir (Henao, 2007; Ivaylova, 2015).

Una de estas subculturas es el punk, un movimiento que tiene sus raíces en los años 70 con la música, pero que luego fue evolucionando a una manera de pensar, expresarse, vivir y tener un lugar en el mundo (Ivaylova, 2015). La deestructuración de lo posmoderno abrió alternativas para que emergiera esta subcultura, que comprende en el vestuario una manera de expresar el rechazo ante el consumo (Ivaylova, 2015). Sin embargo, aunque esta ideología del rechazo de la moda para convertirse en una antimoda es generalizada, ha habido variantes en cada pensamiento punk, según la época, país y circunstancias específicas (Henao, 2007; Ivaylova, 2015). Por eso, la comprensión de la identidad punk, si se quiere descifrar lo que comunica su vestuario, debe situarse en un contexto específico, no solo históricamente ni a nivel general.

De todo lo anterior, y buscando desde la comunicación la significación que la subcultura punk le atribuye a su vestuario, surge el interés de encontrar en la moda a través de lo que comunica la indumentaria punk los rasgos de identidad de los miembros de esta comunidad. El contexto elegido para ello es la ciudad de Medellín, lugar donde habitan numerosos grupos.

Esta intención que emerge de la búsqueda de la comunicación como posibilidad de interpretación de la subcultura punk a través de su indumentaria, se justifica en generar impactos sociales y académicos. En cuanto a los impactos sociales, es necesario resignificar a una subcultura históricamente estigmatizada a partir de la fluidez de las voces de sus miembros en cuanto a lo que quieren expresar con su forma de vestir. Además, en el plano académico, y en consonancia con los objetivos del Programa Profesional de Comunicación Social (Universidad Católica Luis Amigó, 2013), como futura comunicadora social, este insumo constituye el reflejo de una manera de desarrollar una sensibilidad social a

partir del reconocimiento de las identidades culturales, gestionando modelos de comunicación-educación en contextos específicos e interviniendo en el medio social.

De igual manera, este trabajo se proyecta como un aporte a futuras investigaciones que quieren ampliar el marco de comprensión de la identidad punk en la indumentaria en Colombia, Antioquia y en la ciudad de Medellín.

A continuación, se presenta la justificación del proyecto desde la línea y sublínea de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño:

Nombre de la línea: Comunicación-Educación.

A través de esta línea es pertinente apropiarse de la responsabilidad social que involucra las prácticas de los comunicadores en la formación y transformación de sociedades y culturas. Por consiguiente, esta investigación se perfila como un medio para consolidar la cultura de conocimiento a través de un proceso de investigación que permite comprender las nuevas dinámicas de la indumentaria punk en jóvenes de la ciudad de Medellín.

Por lo tanto, mediante la línea Comunicación-Educación no solo se logra comprender nuevas realidades, sino que también se construyen nuevos conocimientos que articulan un sentido formativo en la ciudad de Medellín, que no solo transforma el quehacer del comunicador social en su formación académica, sino además que posibilita la transformación de la Universidad Católica Luis Amigó en un sentido social.

Nombre de la sublínea: Comunicación, Educación y Ciudad.



Por medio de la sublínea Comunicación, Educación y Ciudad, se logra alcanzar los procesos investigativos que vinculan la ciudad como espacio en el cual no solo se perciben los espacios urbanísticos, sino también los imaginarios de cada uno de sus habitantes, que son visibles en los procesos comunicativos.

Identidades como la subcultura punk ofrecen la oportunidad de ser comprendidas y definidas como identidades culturales que logran sistematizar las experiencias de la ciudad y sus habitantes., generando, a su vez, experiencias comunicativas que posibilitan la definición de identidades culturales que hacen parte de los imaginarios sociales de la ciudad de Medellín.

1.2. FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA

¿Cuáles son los rasgos de identidad cultural que comunica la indumentaria de los miembros de la subcultura Punk en la ciudad de Medellín?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. General

Analizar los rasgos de identidad cultural que comunica la indumentaria de los miembros de la subcultura Punk en la ciudad de Medellín.

1.3.2. Específicos

- Identificar los significantes de los rasgos de identidad cultural que comunica la indumentaria de los miembros de la subcultura Punk en la ciudad de Medellín.
- Caracterizar los significantes sociales e individuales asociados a la identidad cultural que comunica la indumentaria de los miembros de la subcultura Punk en la ciudad de Medellín.

- Interpretar los significantes sociales e individuales de los rasgos de identidad cultural que comunica la indumentaria de los miembros de la subcultura Punk en Medellín.

2. MARCO TEÓRICO O REFERENTE CONCEPTUAL

2.1. ANTECEDENTES

Buscando relaciones entre las variables de *moda, indumentaria, identidad, comunicación* en torno a la subcultura punk se hallaron estudios que, a nivel nacional e internacional, toman como figura principal en la emergencia de estas categorías a las culturas juveniles. Es entonces el joven el protagonista de los estudios en torno a la cultura punk, identidad e indumentaria, los cuales se presentan a continuación:

Se comienza con estudios a nivel internacional, específicamente en Argentina, de Amsler (2014), en el cual se explora si la indumentaria es determinante en la pertenencia de los jóvenes estudiantes de la Universidad Iberoamericana Puebla (UIA) a ciertos grupos sociales. Para desarrollar el estudio se parte de la hipótesis de que “la indumentaria es determinante en la pertenencia a ciertos grupos sociales porque establece las similitudes y diferencias entre las personas y provoca que éstas decidan agruparse” (Amsler, 2014, p. 2). En otras palabras, Amsler (2014) considera que en la forma de vestir hay elementos que generan identidad en las personas.

Para comprobar la hipótesis la autora ejecuta dos estrategias metodológicas: la observación directa y encuestas a una muestra de 40 sujetos participantes. En el caso de las encuestas las preguntas se orientan a conocer si los estudiantes de la UIA “consideran que pertenecen a un grupo social que puede ser identificado por su indumentaria y si su vestimenta determina, al menos parcialmente, su pertenencia a dicho grupo” (Amsler, 2014, p. 3). La misma autora establece que se comprueba la hipótesis si en las encuestas más del 50% de los participantes consideran que se identifican con un grupo social a través de su ropa.

Los resultados muestran que hay una diversidad de grupos de encuestados que consideran se identifican con alguna subcultura a partir de su indumentaria. Al respecto, el 2.5% se identifican con el grupo rockero, 2.5% con los punks, 2.5% con los reggaes, 7.5% con los hipsters, 20% con los fresas, 7.5% con los preppies y 5% con los intelectuales. 10% de los encuestados no se identifican con ningún grupo y el 42.5% se identifican con grupos ajenos a las opciones que plantea la encuesta. De ese 42.5% el 25% dicen identificarse con grupos “normales” o “casuales”.

En otros porcentajes, ante la pregunta de por qué se visten como lo hacen, el 47.5% lo hacen por gusto y el 30% por comodidad. Por otra parte, el 22.5% restante señalaron como motivos los siguientes: “para reflejar su personalidad o estilo, por su relación con un género musical y sus exponentes, por la carrera que estudian, por la formalidad y por ser adecuado para el entorno escolar” (Amsler, 2014, p. 9). Hubo un porcentaje no despreciable de participantes que afirma que sus amistades visten de forma similar ellos, con un 67.5%, mientras que el 32.5% dice no.

Pese a los resultados anteriores, la hipótesis planteada por la autora es rechazada, ya que la mayoría de los estudiantes consideran que su forma de vestir, su indumentaria, no determina su pertenencia a algún grupo social, ya sea dentro de la UIA o fuera de ella, sin importar si sus amistades se visten similar a ellos. En definitiva, en esta porción de la población la “indumentaria no es determinante en la pertenencia a los diversos grupos sociales” (Amsler, 2014, p. 9).

Por su parte, en un artículo comunicado por Bennett (2015), de nombre *El punk no ha muerto*, destaca que este movimiento continúa siendo de importancia, no solo para los jóvenes, sino también para la generación mayor. Sin embargo, los individuos que permanecen vinculados están comprometidos gracias a su nivel organizacional o creativo: músicos, promotores, escritores de revistas

especializadas, artistas, etcétera. La mayoría de personas que fueron parte de esta subcultura eventualmente dejan atrás su identidad punk.

Otro de los aspectos elementales que expone Bennett (2015) en dicho artículo es la relación que hacían algunos teóricos entre la juventud de clase trabajadora y el concepto subcultura, es decir, uno de los efectos que producía el joven obrero era la creación de las subculturas. Sin embargo, a comienzos de los ochenta, comenzaron a rechazarse dichas teorías, ya que generaban una interpretación demasiado rígida sobre el hecho de que las membresías de las subculturas eran compuestas fundamentalmente por jóvenes de clase trabajadora.

Además, Bennett (2015) logró percibir las interacciones de los punks más jóvenes con los mayores. Se probó que los punks mayores por su edad y experiencia acumulada en la escena punk, tenían el derecho de poseer un espacio privilegiado en los eventos, donde se relacionaban con los jóvenes punk. A pesar de ello, los jóvenes punk no demostraban un descontento, al contrario, los punks adolescentes con frecuencia exhibían una actitud altamente reverencial hacia los mayores, por el hecho de que muchos de ellos asumían el rol de educadores informales, llenando las lagunas en el conocimiento de los punks más jóvenes sobre los primeros años de la escena punk inglesa mediante relatos anecdóticos. En este sentido, los punks mayores se ven a sí mismos como parte importante en el proceso de preservación y legado de la estética punk de las generaciones futuras.

La metodología desarrollada por Bennett (2015), es de corte cualitativo etnográfico, desde la cual fue utilizada la entrevista como herramienta de recolección de datos. Bennett (2015) seleccionó una muestra de seguidores del punk entre 35 y 53 años provenientes de la región de East Kent en Inglaterra.

Los resultados de este artículo, donde se examinó cómo los seguidores mayores del punk articulan su continua afición con el género, demuestran que los

fans mayores entre 35 y 53 años de edad han creado un nuevo código de prácticas estéticas y discursivas mediante las cuales legitiman su estatus. Además, el hecho de ser cada vez mayor es negociado de manera tal que se convierte en una ventaja. La necesidad de moderarse frente una imagen visual punk, debido a compromisos familiares o laborales lo equilibran a través de un discurso en el cual el punk ha sido asimilado, convirtiéndose parte de la persona y eliminando el requisito de un desarrollo visual punk. De manera similar, los punks mayores legitiman su presencia física permanente en un escenario donde predominan los adolescentes punk y veinteañeros por medio de un discurso de conocimiento del punk, experiencia y estatus autoatribuido, por un compromiso a lo largo del tiempo con el punk.

En Guatemala, López (2014) elabora una tesis de grado, cuyo objetivo es determinar por qué los adolescentes de educación básica se integran a las tribus urbanas. A partir de este interrogante establece apartados donde afirma que, desde cuestiones sociopolíticas y problemas personales, pertenecer a una tribu urbana aporta identidad compartida. Asimismo, en el momento en que el adolescente ya es miembro de un grupo, hará cualquier cosa para manifestar su pertenencia, porque para él la tribu lo es todo, cuanto más radical se muestre en su vestir, hablar y en la música que escucha, más evidente será su relación con el grupo.

La metodología que se planteó en esta investigación fue de corte cuantitativo mediante cálculos estadísticos, utilizando instrumentos como la encuesta, boletín de opinión, cuestionarios o pruebas estandarizadas. Debido al tipo de investigación, se llevó a la comprobación de hipótesis, con el fin de evidenciar la asociación o no entre las variables de estudio. La muestra seleccionada fue de 135 adolescentes de ambos sexos, de distintas culturas, credos religiosos y diferente nivel socioeconómico, que tenían inclinaciones a pertenecer a alguna tribu urbana, estudiantes del nivel básico de los establecimientos públicos en el área urbana del municipio de Quetzaltenango.

Los resultados del estudio demuestran que las tribus urbanas han influenciado con las diferentes ideologías con características de rebeldía como: vestir de negro, cortar partes del cuerpo, peinados extravagantes, vestuario con figuras satánicas y música metálica, propiciando subculturas como los emos, skaters, punk, rockeros y góticos, que se originan y desarrollan en el ambiente de una ciudad o casco urbano.

De esta misma manera, se concluye que los adolescentes que seleccionan lugares comunes para reunirse, buscan una identificación de aceptación como la moda, la música y el vocabulario, las cuales se denominan tribus urbanas, y cada una de ellas persigue un objetivo negativo, buscando marcar una identidad propia propuesta por ellos mismos.

Respecto a investigaciones a nivel nacional, en un estudio realizado en Pereira, Henao (2007) hace un acercamiento a las culturas juveniles desde su indumentaria. En su artículo, *La indumentaria como identificador social: un acercamiento a las culturas juveniles*, la autora “establece la relación existente entre la indumentaria y las culturas juveniles, dada la asimilación que éstas hacen de dicho elemento comunicador social” (Henao, 2007, p. 2). De entrada, la autora asume que la indumentaria no solo es un elemento de identidad, sino también que puede ser un comunicador social. La clave, según Henao (2007) está en que la ropa, con el paso del tiempo, se ha podido codificar y convencionalizar.

Henao (2007) reconoce que la indumentaria forma parte del círculo de la moda, pero destaca que, en el caso de las culturas juveniles, tribus urbanas o contraculturas la codificación de su indumentaria ha pretendido salirse de los cánones de la moda, es decir, ser antimoda, mostrando su desagrado. Para mostrar evidencia de ello, la autora expone en su trabajo algunas fotografías de dos subculturas: los punk y los rockeros, en quienes destaca su propuesta a través de

la música, la indumentaria, la creatividad, el lenguaje, como producciones culturales positivas.

En lo que respecta solamente a la indumentaria, la autora afirma que esta “es un signo que dice del sujeto que lo porta lo qué es y lo qué no es, donde hay una información o mensaje que puede ser verificado por medio de la comunicación visual entre emisor y receptor” (Henao, 2007, p. 6). A esto agrega que la indumentaria como signo hace que el sujeto que la porta se identifique y diferencie de un grupo social determinado. Añade también que en caso de las culturas juveniles, la indumentaria como signo, además de cumplir su rol natural de cubrir el cuerpo por pudor, también opera como un medio diferenciador de clases.

La antimoda entonces surge como una manera de ir en contra de la sociedad hegemónica, que a través de las marcas ha tratado de que estas culturas consuman también su oferta, por lo cual, estas culturas juveniles asumen que “la rebelión contra las marcas es un signo de confrontación contra el sistema capitalista” (Estefanía, 2002, citado por Henao, 2007, p. 7). Un asunto importante de la antimoda es la resignificación de lo ya establecido, otorgándole un significado diferente, propio.

En cuanto a la relación entre indumentaria, comunicación e identidad, la autora refuerza su postura, al afirmar que

(...) la indumentaria (desde el estilo que se elija) es un elemento comunicador no verbal que modifica o refuerza el significado del lenguaje en sí, es decir, cumple funciones comunicativas como las de dar información social o cultural. La ropa comunica porque al elegir la indumentaria que se usa se está expresando algo. Ese medio de expresión es parte de la formación de identidad. Identidad entendida como: “...el estado de conciencia implícitamente compartido de unos individuos que reconocen y expresan su

pertinencia a una categoría de personas, a una comunidad que los acoge...
Es una construcción frente al Otro...” (Henao, 2007, p. 8)

En Henao (2007) se entiende que la indumentaria logra que el sujeto genere resistencia ante los embates del consumismo y la globalización, que intentan flexibilizar la identidad. Para los jóvenes miembros de culturas juveniles, la indumentaria es un vehículo de identidades.

Nuevamente en Pereira, Uribe (2013) busca identificar cómo la moda y el vestido son un vehículo de expresión de identidad. Esta investigación permite reconocer la relación entre moda, vestido e identidad a partir de las subculturas de los Punkeros, Metaleros y los Hip Hoppers de la ciudad de Pereira.

Para el desarrollo de este estudio fue utilizado el enfoque cualitativo etnográfico, apoyándose en la observación participante, registro fotográfico y entrevista no estructurada como instrumentos de recolección de datos.

La muestra seleccionada por la autora fue de tres subculturas: Metaleros, Hip hoppers y Punkeros, con características que permitieron llevar a cabo el estudio mediante una muestra representativa, lugares de encuentro y vestuario característico.

Por medio de los datos obtenidos de las particularidades de la subcultura punk en la ciudad de Pereira, se halló que esta subcultura posee un sentimiento de respeto hacia las demás personas, amor hacia los animales y la naturaleza junto con una clara tendencia apolítica y antibélica.

Respecto a la moda, se encontró que la ven como parte de un sistema capitalista que alienta al consumo, donde el diseñador no se preocupa por las implicaciones sociales y culturales de su práctica, y por estas razones están en contra de la misma y limitan el consumo de prendas de vestir. Tratan de crear su

propio estilo a partir de ropa relajada o algunas prendas básicas sin marca, para, posteriormente, modificarlas con intervenciones, pinturas y herrajes.

En cuanto a elementos del vestuario específicos y su significado, puede decirse que la chaqueta es una de las piezas más importantes, pues contiene historicidad, ya que, entre más vieja, más preciada y más valor tiene. Con relación a los pantalones entubados, estos son utilizados para mostrar las botas, porque representan al trabajador, al obrero que siempre va a ir de botas donde quiera que vaya.

Otro de los elementos importantes que es reflejado por Uribe (2013), es el uso de las cadenas y ganchos de nodriza, el primero representa un símbolo de pertenencia obligada a la sociedad de consumo, y en cuanto a los ganchos, funcionan como una manera de arreglar la ropa rápidamente, además de reflejar una imagen más ruda y funcional como una especie de atadura. No obstante, no se halló un consenso o significación en particular de este último elemento.

Respecto a la cresta o mohawk la definen como una conmemoración a los indios que se levantaron contra la colonización inglesa; es una forma de defender y luchar por el territorio propio.

Con referencia a los textiles, el tartán escocés es una simbología a Escocia por su lucha territorial contra Inglaterra. Por su parte, los estampados se refieren a alguna ideología política en contra de la represión social.

Por último, Uribe (2013) hace referencia a los colores rojos y rojo-negro, que hacen alusión al comunismo libertario; el verde a la naturaleza y el blanco-negro a la igualdad, pues donde hay blancos, hay negros.

Pasando a otra investigación en Colombia, esta vez de Hurtado (2012), de nombre *El punk en la escuela: debate entre formas de expresión juvenil y el uniforme escolar*, el autor propone “exponer las diferentes posturas en el debate uniformes escolares Vs. Identidades juveniles” (p. 1), tomando como ejemplo el punk como identidad juvenil. Hurtado (2012) lleva a cabo una metodología cualitativa, usando instrumentos como la revisión documental de fuentes que tratan el tema de las tribus urbanas en la escuela, así como una entrevista a una joven punk de 21 años, con el fin de documentar la postura de una persona que pertenece al movimiento punk.

Históricamente, el autor ubica el nacimiento del punk en los años 70 en Inglaterra, haciendo énfasis en el propósito de la clase obrera de ese país de crear una subcultura que contrastara con las clases sociales altas. Igualmente, señala que el punk tiene nacimiento en Colombia en los ochenta en la ciudad de Medellín, en el marco del conflicto armado. En otras palabras, es posible afirmar, según Hurtado (2012), que el punk nace en sociedades y momentos de tensión, ya sea para expresar inconformidad con el sistema o para constituirse en una salida diferente a las tensiones de conflicto que se generan en la sociedad.

Los resultados de esta investigación muestran que la identidad punk, en el caso de la joven entrevistada, debe reflejarse más en la actitud que en la indumentaria, por lo cual para ella no significaba un problema ponerse su uniforme escolar, sino más bien reflejar en el carácter, y también un poco en el peinado, perforaciones y expansiones en la oreja, su identidad como punk. Sin embargo, reconoce que vestirse libremente le da un giro más a su aspecto y la impresión que causa ante los demás, aunque en la escuela tuvo muchas dificultades con profesores y directivos e incluso había sido agredida verbalmente por sus compañeros y algunos padres de familia, solo por representar a esta subcultura a través de la indumentaria y una actitud diferente.

Finalmente, Hurtado (2012) concluye que “el punk no se puede observar sólo en la forma en que se viste la persona sino también en la forma en que se apropie de las ideologías y que a su vez pueda criticar y autocriticarse” (p. 18). Además, resalta que “la identidad no se define desde la estética como si desde lo que una persona construya de sí misma” (p. 18).

Como conclusión de este apartado de antecedentes, queda claro que la indumentaria como identidad es fundamental en la subcultura punk, más allá de que en la persona prevalezca más el carácter, el gusto por la música u otros aspectos. Además, en cuanto a la relación entre indumentaria y comunicación, es posible afirmar que la indumentaria punk comunica, es un signo, por lo cual los elementos que la componen están codificados.

2.2. MARCO CONCEPTUAL

El siguiente marco conceptual se desarrolla a partir de las variables que rigen la investigación: *comunicación*, *moda*, *indumentaria* e *identidad*. Desde cada variable se presenta una discusión en torno a las subculturas, especialmente la punk, como tema transversal a cada una.

En primer lugar, se expone la variable comunicación, cuya categoría es *comunicación visual* y subcategorías son *emisor*, *receptor*, *código* y *mensaje*. Los referentes importantes en este apartado son González (2008) y Henao (2007).

En segundo lugar, en la variable *moda* se pretende mostrar las discusiones teóricas que la orientan hacia la categoría de *moda abierta* y hacia las subcategorías de *significación social* e *individual*. El referente más significativo en este apartado es Lipovetsky (1990).

En tercer lugar, se presenta la variable *indumentaria*, cuyas categorías son *significante* y *significado*, desde las cuales se exponen las subcategorías de *significado denotativo* y *connotativo*, para luego mostrar los elementos compositivos de la indumentaria punk, como sistema simbólico de significación. Los referentes más importantes en este apartado son: Barthes (2003), Hall (2014) y Uribe (2013).

Finalmente, se plantea la variable *identidad*, de la cual surgen la categoría *identidad cultural* y las subcategorías Experiencias históricas comunes, Códigos culturales compartidos y Puntos críticos de diferencia profunda y *significativa*. El autor representativo en este apartado es nuevamente Hall (2014).

2.2.1. Comunicación

La comunicación se dispone como el concepto que guía las bases teóricas en la construcción del presente trabajo y aparece como una forma de entender las dinámicas de interacción social dispuestas en los escenarios de relacionamiento de los sujetos a través de sus diferentes prácticas sociales. Una de las formas comunes a las diferentes definiciones de comunicación según Beavin y Jackson, la define como un sistema de canales múltiples en el que el autor social participa en todo momento, tanto si lo desea como si no: Por sus gestos, su mirada, su vestimenta, su silencio e incluso su ausencia (Beavin y Jackson, 1971. p. 86), con base a esta premisa, podemos decir que la comunicación se inscribe en las formas sociales de relacionamiento del individuo en el marco de sus interacciones en un entorno determinado.

En esta línea, la interacción social se constituye como proceso de relacionamiento que sitúa a los sujetos en escenarios de intercambio en donde la relación teórica **emisor, receptor y mensaje**, es comprendida a través de los procesos de significación que se atribuyen a su capacidad comunicativa, dispuestos no solamente en la palabra, sino también, en las formas de representación social que comunican condiciones de identidad, es decir, la relación entre los sujetos en un escenario determinado, está atravesada por los componentes discursivos y no discursivos que definen y representan su identidad (Serrano, 1982. p. 65).

Según lo anterior, el desarrollo de los procesos de identificación de los sujetos está atravesado por la comunicación y ésta, se encuentra definida por los aspectos culturales que median en la interacción e identificación. Según Serrano, los componentes comunicativos que entran en juego en la relación interpersonal, tienen sus bases en la cultura, ya que ésta también se comunica, se entiende y se interpreta por aquel con quien interactuamos (Serrano, 1982. p. 68). La comunicación entonces, aparece definida para nuestro interés investigativo, desde

los aspectos de identificación que se construyen en la relación con el otro, basados y fundados en las formas culturales diferenciadas que tienen lugar en la interacción social hoy día.

Las formas culturales son aquellas que integran los procesos de identificación y representación en torno a los esquemas de colectivización, determinan los procesos de integración políticos, sociales y económicos, aparecen como sistemas de intercambio y comunicación de lo local, lo nacional y lo internacional (Bate, 1984. p. 96). En el marco de la modernización, los sistemas culturales, definen las formas en las que los sujetos asisten a la sociedad, suponen un proceso de comunicación abierta que, en el mundo globalizado, constituye los procesos de identificación diferenciados, redefiniendo el sentido de pertenencia e identidad, organizado cada vez menos por lealtades locales o nacionales y más por la participación en comunidades transnacionales o desterritorializadas; el ejemplo más próximo de esto, son las comunidades que se crean alrededor del Rock y el Punk (Canclini, 1995. p. 36).

Podemos ver entonces que la comunicación se define también, más allá de los sistemas discursivos y supone espacios de construcción de la identidad a partir de los procesos de interacción que tienen lugar en un entorno determinado, se sitúa en los aspectos de relacionamiento que se fundan en las dinámicas de un mundo globalizado que redefine los aspectos culturales locales, para la creación de nuevas identidades, estas nuevas identidades, poseen de manera implícita sistemas de organización, que según Castells se pueden denominar “Subculturas”, las cuales se establecen en contraposición a los sistemas nominales de representación social y que del mismo modo comunican un sentido de identidad (Castells, 2010. p. 73).

Las “subculturas” están definidas como formas de asociación que disponen de elementos característicos para identificarse de manera colectiva e individual, se sirven de códigos precisos para componer las formas de comunicación naturales a los procesos de representación, tales como la moda, que en este caso será

abordada desde los elementos que se dan en la relación entre indumentaria y subculturas juveniles que tiene la intencionalidad de comunicar a través de la ropa, manifestar a través de su corporalidad un mensaje, ya sea contestatario o que busca contrarrestar los esquemas hegemónicos sociales (Henao, 2007. p. 11).

Debemos tener en cuenta entonces, los aspectos comunicativos que entran en juego en las formas de identificación de las subculturas, poniendo atención primeramente en que el mensaje comunicativo se proyecta y recibe desde la experiencia de lo visual, siendo la comunicación visual fundamental en la tarea de acercarse a la interpretación de la identidad de los sujetos miembros de un grupo determinado que expresan sus valores ante la sociedad. La indumentaria es entonces un vehículo de identidades, es decir, el medio visual con el que se informa al otro “quién soy” o al menos “quién quiero aparentar ser” (Henao, 2007, p. 11).

La comunicación nos dispone un escenario en donde los procesos de interacción están mediados por los sistemas de organización social que tienen lugar en las subculturas, pero nos advierte de los procesos de significación que se disponen en la moda, desde la indumentaria, como elemento de constitución de la identidad, como elemento de comunicación visual, que permite establecer las formas en las que adquiere significado y significación los códigos adscritos a la indumentaria, característicos de una moda que se genera en una subcultura y que tiene además como elemento dinamizador la ropa y su significado histórico, compartido y, por demás, cambiante.

Entendemos entonces, los procesos de interacción a la luz de la definición de una comunicación multidireccionada, que tiene lugar en las dinámicas identitarias propias de las subculturas y que se caracteriza por las formas de representación desde la vestimenta y la indumentaria, sobre la base de la comunicación visual en la moda como la posibilidad de interpretación de significados sociales, dispuestos en un escenario en donde los procesos de interacción tienen

lugar en un contexto determinado, donde confluyen en un mismo punto las diferentes formas de comunicación e interacción cultural. Una vez definido el concepto de comunicación procedemos a presentar las categorías que complementan el presente marco teórico.

2.2.2. Moda: antimoda, punk y moda abierta

A lo largo del proyecto de investigación se habla de cómo la moda comunica rasgos de identidad. De hecho, es un término que acompaña al título, los objetivos y la pregunta de investigación. Sin embargo, para poder comprender este concepto, es necesario entender el significado desde su raíz.

Según el diccionario etimológico, el origen de la palabra *moda* viene de la palabra *modo*, del latín *modus*, que significa ‘manera, género’, ‘medida para medir algo’, ‘moderación, límite’ (Corominas, 1987, p. 399). Esta etimología de *moda* se complementa con el significado que le da el Diccionario de la Real Academia Española (DRAE): “Uso, modo o costumbre que está en boga durante algún tiempo, o en un determinado país. Gusto colectivo y cambiante en lo relativo a prendas de vestir y complementos. Conjunto de vestimenta y los adornos de moda” (Real Academia Española, 2014, p. 1477).

A pesar de que este significado explica de manera denotativa el concepto de *moda*, es difícil que incluya todos los elementos que la componen y que hacen que se trasmute con el tiempo. Sin embargo, se puede considerar de dicha definición palabras o expresiones clave como *uso*, *gusto colectivo*, *complementos* y *adornos*, que se relacionan con una tendencia de usar algo, específicamente ropa, y aquellos accesorios como joyería, bisutería, sombreros, correas, gafas, zapatos y todos aquellos elementos que se utilizan para complementar la indumentaria.

Al relacionar la moda directamente con el vestuario, es importante nombrar que este cumple con tres funciones, según Laver (1988), que son: la protección, la expresión de la personalidad a través de la exposición artística y el atractivo para los demás. A partir de estas tres funciones es necesario aclarar una diferencia entre el vestuario y la moda, ya que ambos fueron creados con propósitos distintos. Al respecto, Entwistle se refiere al vestuario y a la moda, así: «Vestirse» (...) sugiere «un acto» que enfatiza el «proceso de cubrirse», mientras que «el adorno hace hincapié en los aspectos estéticos de alterar el cuerpo» (...) El sistema de la moda no sólo proporciona prendas para llevar, sino que confiere belleza y atractivo a las mismas, a veces poniéndolas en contacto directo con el arte. Al hacerlo, involucra a la estética en la práctica diaria del vestirse” (Entwistle, 2002, p. 54)

De lo anterior, es posible deducir que la conjunción entre vestimenta y adorno constituyen la moda. Además, cabe afirmar que la moda tiene una tendencia estética, por lo cual ¿qué sería la antimoda? Al respecto, Henao (2007) resalta que las subculturas punk manifiestan una tendencia antimoda, es decir, que se rebelan ante los parámetros hegemónicos y comerciales de moda existentes, buscando formas de vestirse de corte antimarca:

Las inclinaciones de los jóvenes tienden a ir en contra de lo que se ha establecido por estereotipo o por convención en la sociedad a la que pertenecen, surge así el término antimoda (...), que hace alusión a todas aquellas oposiciones que se dan en torno a lo planteado por la moda, razón por la cual surgen en reacción a ésta (la moda). Antimoda es no caer en las marcas que la industria de la moda crea, porque: “la rebelión contra las marcas es un signo de confrontación contra el sistema capitalista”. (Henao, 2007, pp. 7-8)

Esta “rebelión” juvenil es reforzada por Lipovetsky (1990), quien caracteriza las modas jóvenes y resalta los aspectos que la hacen antimoda, así:

Con las modas jóvenes, la apariencia registra un fuerte impulso individualista, una especie de ola neo-dandy que consagra la extrema importancia de la imagen, que exhibe la desviación radical respecto a la media, y que juega a la provocación, el exceso y la excentricidad para desagradar, sorprender o impactar. (...) (Lipovetsky, 1990, p. 141)

De igual manera, el mismo autor caracteriza la moda en la subcultura punk como un “exceso de lo feo y lo repulsivo” (Lipovetsky, 1990, p. 141) para resaltar que cada subcultura o cultura juvenil tiene su propio estilo antimoda para manifestar su tendencia a la marginalidad desmesurada, reafirmando que:

La apariencia ya no es un signo estético de distinción suprema o una marca de la excelencia individual, se ha convertido en un símbolo total que designa una franja de edad, unos valores existenciales, un estilo de vida desclasada, una cultura de ruptura y una forma de contestación social. (Lipovetsky, 1990, pp. 141-2)

A pesar de que en el caso de las culturas juveniles se hable de tendencias “antimoda”, Lipovetsky (1990) asume el deber de aclarar que, si bien es verdad que a nivel social han surgido y se han consolidado normas rotundamente hostiles que contrastan con los cánones oficiales, esto no supone el fin de la moda, sino más bien un enriquecimiento y diversificación. En otras palabras, la moda simplemente se abre un poco más a nuevas situaciones y criterios que, compatibles o no con lo tradicional, suponen una manera que se impone en la forma de ser y de vestirse.

De ahí que surja la moda abierta, ante el desafío de las modas juveniles a los cánones tradicionales. En este sentido, y tomando como referente a Lipovetsky

(1990), la moda ya no es encontrada como un sistema encarnado por la moda antigua. Desde los años cincuenta y setenta, se puede considerar la aparición de un nuevo estadio en la historia moderna. En lo esencial, esta segunda fase de la moda moderna prolonga y generaliza lo que anteriormente se había establecido por la moda centenaria como lo más moderno: una creación burocrática organizada por creadores profesionales, una lógica industrial, colecciones de temporada y pases de modelos con fines publicitarios. En la segunda fase se imponen nuevos enfoques y criterios de creación, ha estallado la anterior configuración jerarquizada y unitaria, la significación social e individual cambia al tiempo de los gustos y los comportamientos de los sexos (Lipovetsky, 1990, 119).

La verdadera evolución que ha destruido la arquitectura de la moda centenaria corresponde al pret-a-porter, que consiste en producir industrialmente vestidos para todos, pero sin dejar de ser moda, y son inspirados por las últimas tendencias del momento. Esta revolución democrática permite entonces fusionar la industria y la moda, y pretende llevar a la calle la novedad, el estilo y la estética (Lipovetsky, 1990, p. 122).

La moda moderna tiene finalidades sociales y estéticas que trascienden las rivalidades de clase (Lipovetsky, 1990, p. 133). Una consecuencia de ello es el desarrollo de una cultura joven que inicia en los años cincuenta y sesenta, que aceleró la difusión de los valores hedonistas y contribuyó a dar un nuevo rostro a la pretensión individual. Esta nueva cultura manifestaba inconformismo y predicaba valores de expresión individual, de relajación, de humor y de libre espontaneidad.

Los creadores del pret-a-porter de los años sesenta son el reflejo de un sistema de moda con nuevos valores contemporáneos al rock, los ídolos y los stars jóvenes, que generaron la agresividad de formas, los *collages*, las yuxtaposiciones de estilo y el desaliño. Esta nueva ola logró imponer una cultura donde prevalece la ironía, el juego, la emoción y la libertad de comportamiento. La moda adquirió entonces, una connotación joven, donde se expresa un estilo de vida independiente,

libre de obligaciones y desvuelto a cánones oficiales (Lipovetsky, 1990, p. 134-5), en suma, una moda abierta.

La moda, sea abierta o tradicional, comprende, según Lipovetsky (1990), dos tipos de significaciones: la social y la individual. Al respecto, la moda se fundamenta en la imposición de cánones, dejando poco espacio para las expresiones individuales, pues se concentra en promover una norma en conjunto. En este sentido, debemos ser como los demás y parecemos a los demás (significación social), pero resguardando ese gusto personal para no parecemos del todo al otro (significación individual). Es un juego en espiral donde comprometemos nuestra apariencia, ese aspecto externo de expresión que marca la diferencia y devela las libertades individualistas de manera superficial:

Lo propio de la moda ha sido imponer una norma en conjunto y, simultáneamente, dejar sitio a la manifestación de un gusto personal: hay que ser como los demás pero no absolutamente como ellos, hay que seguir la corriente pero significar un gusto particular. (Lipovetsky, 1990, p. 47)

La lógica de la moda implicará llevar los trajes del momento, vestir las prendas que otros lleven, pero, al mismo tiempo, manifiesta el gusto por lo individual en los adornos, las pequeñas fantasías, en los colores y motivos del atavío. La elección personal no se desliga del vestuario de moda, pero estrictamente se limita a los colores, algunos detalles de forma, al escote, a los motivos decorativos y a la amplitud. No se pueden separar la uniformidad y el proceso individual en la moda, ya que históricamente son inseparables. La gran singularidad de la moda es haber unido de conjunto a la libertad en pequeñas elecciones y pequeñas variantes personales (Lipovetsky, 1990, p. 133).

2.2.3. La indumentaria, complemento del vestido y comunicadora de significado

La indumentaria no solo consiste en vestir el cuerpo para protegerlo del ambiente ni de la desnudez, sino que también enmarca una característica fundamental, que es adornar el cuerpo a través de diferentes accesorios que complementan al vestido y comunican significado (Barthes, 2003).

El verdadero principio de la historia de la indumentaria se sitúa en el Romanticismo, entre las gentes de teatro, donde los actores quisieron interpretar sus papeles con trajes de época, pintores y dibujantes se lanzaron a buscar sistemáticamente la verdad histórica de las apariencias (vestuario, decorado, mobiliario y accesorios), en suma, eso lo que se denomina, precisamente, el *costume* (Barthes, 2003, p. 365).

Barthes (2003) explica que la indumentaria comprende:

las formas, sustancias o colores ritualizados, los usos fijos, los gestos estereotipados, la distribución reglada de los elementos, accesorios (botones, bolsillos, etc.); los sistemas aparentes (atuendos), las congruencias e incompatibilidades de prendas, el juego reglamentado de prendas internas y externas y, por último, los hechos de vestuario reconstruidos artificialmente con fines significantes. (Barthes, 2003, p. 370)

Como se puede notar, la indumentaria está intrínsecamente ligada, tanto a los elementos físicos que componen la vestimenta como al significado que transmiten. Esto permite ubicarla en el plano lingüístico, caracterizándola a partir de términos saussureanos como *significante* y *significado*. Estos términos son trasladados por Hall (2014) al ámbito de la moda. El significante se entiende como la ropa es en sí misma, la pieza particular, de material particular, cortado y cosido

de determinada manera (Hall, 2014, p. 508). Por su parte, el significado apunta al concepto de ese significante, es decir, las combinaciones de ropa que determinan la elegancia, formalidad, informalidad y romance (Hall, 2014, p. 508).

Barthes (2003) resalta que hay elementos en una indumentaria que no necesariamente son unidades significantes, es decir, que la significación no se localiza en un objeto determinado, pues, “salvo casos de excentricidad flagrante, la prenda no significa nada” (p. 371). Sin embargo, el mismo autor señala que significar la prenda es posible si se recurre a una simbólica universal de tipo inconsciente. En el caso de la subcultura punk, tal y como lo muestran algunos autores (Henao, 2007; Uribe, 2013), cada prenda, adorno y accesorio puede llegar a tener un significado, el cual intenta comunicarse por parte de los miembros de esta subcultura. Uribe (2013), por ejemplo, expone los significados que tienen algunas prendas de la indumentaria punk, de la siguiente manera:

- **Botas militares:** burla a las fuerzas armadas y al orden público.
- **Convers:** representan a la clase obrera y son zapatos que todos pueden costear.
- **Cresta:** representan a la tribu de los mapuches.
- **Tirantes:** símbolo de respeto e identidad a las ideologías.
- **Alfileres y piercings:** denotan rebeldía.
- **Cadenas:** libertad que tanto anhelan.

Es aquí donde se resaltan dos elementos más para significar la indumentaria: los significados denotativo y connotativo. Desde el punto de vista de la indumentaria, el significado denotativo se refiere al consenso amplio, convencional, donde la mayoría de la gente está de acuerdo con el sentido (vestido, bluyines, entre otros) (Hall, 2014, p. 509). Por su parte, el significado connotativo es aquel donde la indumentaria está investida de códigos, temas y sentidos más amplios, vinculados con los amplios campos semánticos de la cultural (Hall, 2014, p. 509).

2.2.4. Identidad

La identidad, según Dobkin y Pace (2007, p. 42), se define como el concepto de uno mismo, como miembro de un grupo o categoría. Estos autores expresan que algunos aspectos de la identidad se escogen libremente, mientras otros son asumidos con base en características físicas y al contexto en el cual se encuentran las personas. Dichos aspectos los definen como tipos de identidad, donde exponen algunos de los grupos o categorías más comunes que contribuyen a la creación de identidad: el sexo, la familia, especialización académica, religión, afiliación política, educación, edad, origen regional, pasatiempo, ocupación, orientación sexual y origen étnico (Dobkin & Pace, 2007).

Según Entwistle (2002), la moda y el vestir guardan una compleja relación con la identidad. Por una parte, la ropa que elegimos llevar puede ser una forma de expresar nuestra identidad, de decir a los demás algo sobre nuestro género, clase, posición, etc. Por otra parte, nuestra indumentaria no siempre se puede “leer”, puesto que no “habla” directamente y, por consiguiente, está expuesta a las malas interpretaciones (Entwistle, 2002, p. 130)

Entwistle (2002) resalta más adelante que la ropa que elegimos representa un compromiso entre lo que el mundo social exige, el medio al que pertenecemos y nuestros deseos individuales (significación social e individual). Sumado a esto, Henao (2007) señala que la identidad se refleja, no solo en la identificación, sino también en la diferenciación, porque, en la medida que me identifico con un grupo, me diferencio de otros.

Hall (2014) caracteriza la identidad como identidad cultural, definiéndola como aquellos rasgos que caracterizan a un grupo de personas e influyen en la manera en que se relacionan. Esta definición apunta a que la identidad se configura

en los grupos sociales que comparten costumbres y que, en ese compartir, generan vínculos compatibles. Precisamente, las subculturas punk poseen un rasgo de unidad, basado en rasgos determinados que funcionan como un sistema de reconocimientos que permiten la convivencia de sus miembros.

Hall (2014) aterriza la identidad cultural en tres escenarios: las experiencias históricas comunes, los códigos culturales compartidos y los puntos críticos de diferencia profunda y significativa. Las *experiencias históricas comunes* son aquellos eventos históricos que los miembros de un grupo celebran y comparten entre sí en un periodo determinado. Esto significa que la identidad cultural se consolida en la afinidad que sus miembros tienen con aquellos momentos que fundaron y caracterizaron su grupo y que contribuyeron a constituir su identidad.

Por su parte, los *códigos culturales compartidos* son los lenguajes y prácticas comunes entre los miembros de un grupo. Nuevamente, los componentes de lo común y lo compartido emergen como fundamentales en el proceso de constituir identidad. En este ámbito, el lenguaje entonces no es solo un rasgo inherente al ser humano, que le da la capacidad de comunicarse, también es un rasgo cultural desde el cual, al comunicarse, le permite al miembro del grupo definirse como tal. En este sentido, la indumentaria, por ejemplo, constituiría un rasgo físico que estaría permeado por el lenguaje, a fin de generar una comunicación personal (gustos, afinidades, ideologías), pero también una comunicación grupal, donde todos los miembros se ponen de acuerdo en transmitir un mensaje a los demás mediante su ropa.

Por último, los *puntos críticos de diferencia profunda y significativa* son aquellas identidades que están sometidas a constantes transformaciones, lejos de estar eternamente fijas a un pasado esencial (Hall, 2014, p. 387). Esto es muy importante, porque permite entender que todo grupo actualizan sus identidades en determinadas circunstancias, modificando estilos de reconocerse. En el caso de la

indumentaria, esta concepción de Hall permitiría acercarse al reconocimiento del uso de otras prendas por parte de los miembros de la subcultural punk, siempre y cuando sea un elemento aceptado y compartido por todos sus integrantes.

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. PARADIGMA Y TIPO DE INVESTIGACIÓN

De forma oportuna el tipo de investigación es cualitativo, histórico hermenéutico, ya que este permite ver, comprender e interpretar las acciones humanas y la vida social. Con este paradigma se podrá entonces comparar e interpretar las acciones pasadas y presentes de la subcultura punk, descubriendo a su vez cómo la moda genera rasgos de identidad. Por lo anterior, es acertado investigar bajo este paradigma, ya que proporciona una ruta de investigación que alcanza a penetrar en el mundo personal y social de los sujetos a investigar.

Para este estudio en particular, es sensato hacer una investigación hermenéutica, ya que adopta la interpretación como vía para comprender los fenómenos sociales y generar una confrontación constante en un proceso de diálogo. Por lo tanto, este tipo de investigación permite describir y estudiar fenómenos humanos significativos de una manera cuidadosa y detallada. De esta manera, se generará un proceso acertado para comprender cómo la moda logra comunicar rasgos de identidad en la subcultura punk. Además, permitirá hacer una reconstrucción histórica, objetiva y subjetiva del fenómeno que se está investigando, a partir de lo escrito, lo hablado, lo vivido, lo actuado, lo reprimido y lo oculto.

El tipo de investigación es cualitativo, es decir, las técnicas y los procedimientos empleados para conocer cuáles son los rasgos de identidad cultural que comunica la indumentaria de los miembros de la subcultura Punk en la ciudad de Medellín, se enmarca bajo un análisis interpretativo.

3.2. DELIMITACIÓN

3.2.1. Sujeto/Objeto

Los sujetos de esta investigación son 5 personas entre 18 y 25 años que pertenecen a las subculturas punk de la ciudad de Medellín. El objeto de estudio es la dimensión comunicativa de la indumentaria.

3.2.2. Tiempo y escenario

El escenario en que se realizará la investigación será el municipio de Bello, del año 2017 al 2019. Como características demográficas, los participantes suelen reunirse cerca al Museo Marco Fidel Suárez.

3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de investigación es no experimental, en tanto la variable independiente (dimensión comunicativa de la indumentaria) no se interviene, sino que se observa el fenómeno tal y como ocurre (Briones, 2002) para describir el comportamiento de las variables dependientes (identidad). Además, este estudio es transversal, ya que se analiza el nivel de las variables dependientes existentes del fenómeno en un único punto en el tiempo. En el Plan de Trabajo se encuentran los pasos a seguir para el desarrollo del trabajo de campo.

3.4. TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Con base en el objeto de estudio y en los objetivos de la investigación, se definieron las técnicas empleadas para la recolección de información, tratando de adoptar las herramientas oportunas para lograr analizar cómo la moda comunica

rasgos de identidad en la subcultura punk de la ciudad de Medellín. Las técnicas utilizadas para recolección de información son:

3.4.1. Observación no participante

Esta técnica de recolección de datos se basa en involucrarse como investigador de manera indirecta, por lo tanto, no se altera la naturaleza de los objetos de estudio al momento de realizarla (Sandoval, 2002), intentando, de esta manera, observar la esencia de los sujetos que participaron de la observación.

La observación no participante se aplicó a los 5 miembros punk que participan de la investigación el día 7 de abril a las 8:40 p.m., en las afueras de las instalaciones del Museo Chozza Marco Fidel Suárez, ubicado en el municipio de Bello. El protocolo de observación realizado para consignar los datos recolectados de la observación no participante se puede ver en el Anexo 2. Con esta observación se pretende determinar los elementos de la indumentaria que configuran el concepto de identidad en la subcultura punk (objetivo específico dos).

3.4.2. Entrevista semiestructurada

La entrevista semiestructurada como técnica de investigación consiste en recopilar información a través de preguntas abiertas que permitan la comprensión de significantes en detalle (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Requieren de un tiempo significativo por parte del investigador para la elaboración del diseño, la aplicación y el análisis de la información. Es pertinente desarrollarla en esta investigación para tener acceso a las percepciones y valoraciones que poseen los participantes de la subcultura punk con respecto a los elementos de la indumentaria que configuran su identidad.

La entrevista logró aplicarse, con previo consentimiento informado (véase Anexo 4) a los 5 participantes de la investigación que cumplen con características similares y pertenecen la subcultura punk. Cada entrevista fue realizada en diferentes momentos y disponiendo del tiempo de cada participante para su aplicación. Fue necesario llevar grabadora periodística, cámara fotográfica y una libreta, en la cual se registraron los datos más relevantes considerados por el investigador.

Respecto a las preguntas, estas se realizaron a partir de la teoría de cada variable. La cantidad de preguntas elaboradas fue 18 (véase Anexo 3). Con los resultados de estas entrevistas se busca explicar los sistemas de significación que emergen a partir de los elementos de la indumentaria que caracterizan la subcultura punk (objetivo específico tres).

3.5. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

Para analizar la información recogida a través del trabajo de campo y las técnicas de recolección ya mencionadas, se realizarán los siguientes procesos de análisis:

- Levantamiento de Categorías
- Análisis categorial
- Lectura Cruzada y Comparativa.
- Cruces entre categorías

De esta serán diseñadas matrices que darán cuenta de patrones, recurrencias, tendencias, convergencias, contradicciones, y/o vacíos entre los referentes teóricos que sustentan las categorías apriorísticas y emergentes; y el cruce de los análisis obtenidos en cada una de las técnicas de registro de información aplicadas en la investigación

3.6. MUESTRA, MUESTREO INTENCIONADO

En esta investigación serán observados 5 participantes en su totalidad, que oscilan entre los 18 y 25 años. Cada uno de ellos fue seleccionado por los factores comunes que los unía (vestuario, origen regional, pasatiempo, edad, música, tendencia e ideología).

- Universo: jóvenes que pertenecen a la subcultura punk de la ciudad de Medellín.
- Población: jóvenes de 18 a 25 años que aceptaron participar de la investigación.
- Muestra: 5 participantes.

El criterio para la selección de esta cantidad de participantes se determinó según las posibilidades de acercarse a este tipo de población, ya que, en un primer intento muchos se mostraron reservados para ser observados y entrevistados.

3.7. PLAN DE TRABAJO

El siguiente es el paso a paso de trabajo de campo. En el Anexo 6 se expone el cronograma de actividades.

Para el cumplimiento de los tres objetivos específicos:

Identificar los componentes comunicativos que posee la indumentaria (moda).

Determinar los elementos de la indumentaria que configuran el concepto de identidad en la subcultura punk.

Explicar los sistemas de significación que emergen a partir de los elementos de la indumentaria que caracterizan la subcultura punk.

- Contactar con los 5 sujetos a través de la red social Facebook, donde se establecerá el día de encuentro.
- Verificación de la organización del protocolo de observación no participante el cual permite identificar el segundo objetivo.
- El 7 de abril se implementará en el municipio de Bello el primer instrumento de recolección de datos, observación no participante.
- El 10 de abril se organizarán todos los datos recolectados del primer instrumento.
- El sábado 21 de abril se realizará la primera entrevista semiestructurada a la única participante femenina que participa de la investigación
- El lunes 23 de abril se desarrollará la segunda entrevista con uno de los participantes masculinos que hacen parte de la investigación.
- El día jueves 26 de abril se implementará la tercera entrevista con uno de los participantes masculinos.
- El 28 de abril se desarrollará la cuarta entrevista a uno de los participantes que hace parte de la investigación.
- El día lunes 30 de abril se realizará la última entrevista dirigida a uno de los participantes que pertenece a la subcultura punk.
- El jueves 3 marzo se organizará toda la información recogida en las entrevistas.
- El 5 de marzo con toda la información ya organizada y triangulada de los dos instrumentos de recolección de información, se pasará a resolver el último objetivo. Se pretende explicar los sistemas de significación que emergen a partir de los elementos de la indumentaria que caracterizan la subcultura punk.

3.8. PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN

Tabla 1. Presupuesto

Rubro	Justificación	Valor
Portátil	Organización de la información, transcripciones revisión de audio, fotografía y videos.	\$1.300.000
Grabadora periodista	Grabación de entrevistas.	\$150.000
2 Pares de pilas recargables	Recarga de grabadora.	\$45.000
Fotocopias	Libros, revistas, documentos impresos de la revisión bibliográfica, entrevistas y consentimiento informado	\$40.000

Impresiones	Libros, revistas y documentos de Internet.	\$40.000
1 libreta	Observación no participante y toma de notas entrevistas.	\$20.000
Lapiceros	Toma de notas entrevistas.	\$8.000
Transporte	Desplazamiento a los lugares donde se realizan las observaciones y entrevistas.	\$500.000
Alimentación	Alimentación durante el trabajo de campo	\$500.000
Memoria USB	Conservación de los archivos relativos a la investigación.	\$40.000
Cámara	Fotografías y videos de la indumentaria punk.	\$1.200.000
	TOTAL	\$3.843.000

Fuente: Elaboración propia.

4. SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

4.1. ORGANIZACIÓN DE DATOS CUALITATIVOS PARA EL ANÁLISIS

La organización de los datos se define a través de varias fases, las cuales empiezan con el acercamiento inicial a los participantes del estudio de observación, los cuales fueron contactados a través de la plataforma digital Facebook. Una vez realizado el proceso de acercamiento y relacionamiento inicial se comenzó con el desarrollo de la primera etapa del trabajo de campo (observación no participante), ésta tuvo lugar en el contexto en donde confluyen los jóvenes (Municipio de Bello). La información obtenida se registró en notas de campo y fotografías, donde se evidencia el tipo de ropa que usan. Los datos recolectados fueron organizados en una ficha de observación (véase **Anexo # 2**) según los tipos de prendas tradicionales en estas subculturas, partiendo de autores derivados de la teoría (Henaó, 2007; Uribe, 2013). En este protocolo se marca con una X si el participante usa o no determinada prenda. Por supuesto, el protocolo contiene un ítem de nombre *Otras. ¿Cuáles?*, donde se organizan los datos emergentes, es decir, otras prendas, accesorios y adornos de la indumentaria punk que se observaron en campo. Se construyó para ayudar a Identificar los significantes de los rasgos de identidad cultural que comunica la indumentaria de los miembros, ésta se constituyó a partir de la fecha en la que tuvo lugar la observación; participantes; sexo; hora de inicio; hora de finalización; posteriormente se clasifica la indumentaria desde los siguientes componentes y su presencia en los participantes 1, 2, 3, 4 y 5: Botas militares, Converse, cresta, tirantes, alfileres, piercing, cadenas, playeras, calcetines multicolores, chaqueta militar, pantalones ajustados, botas punteras metálicas, colores (rojo, negro, verde y blanco), ropa con modificaciones, ganchos de ropa, prendas sin marca, gorra, tatuajes, tenis y prendas con marcas. Estos dos elementos permitieron desarrollar el trabajo de observación, teniendo como bitácora de recolección de datos de observación procesos específicos de consignación de la información. La intencionalidad del proceso estuvo situada en la recopilación de los

datos de interés para la investigación, analizando de manera externa los procesos de construcción de identidad cultural situados en la indumentaria y en los rasgos culturales que se disponen a través de la moda, su vestimenta y demás.

Cabe resaltar que la etapa de observación, dado que el estudio es de tipo etnográfico, estuvo situada en todo el desarrollo del trabajo de campo. Seguidamente, se realizó un acercamiento a los 5 miembros del grupo que causaron más interés en el marco de la investigación, para propiciar un espacio de encuentro que brindará la posibilidad de aplicar un instrumento de recolección de información, en este caso la entrevista (Ver anexo # 3). Esta fase complementó la observación y ayudó a determinar desde los discursos de los participantes, las particularidades comunes y diferenciadas en las formas de representación identitaria que se constituyen desde su indumentaria, los aspectos comunicativos centrados en la misma y los componentes de significación que tienen lugar en las dinámicas de su subcultura.

Las entrevistas fueron llevadas a cabo con el consentimiento informado correspondiente, su elaboración estuvo constituida desde las cuestiones de interrogación de qué es la moda para cada participante; la representación que tiene; las consideraciones de la moda punk en relación a las tradicionales; los gustos compartidos con los compañeros; los gustos particulares que se encuentran en la moda; la percepción personal de la apariencia Punk; la consideración estética fijada en lo feo y lo repulsivo; la significación de los elementos característicos de la indumentaria; las formas de vestir diferenciadas; las experiencias históricas que determinan las formas de vestir y la moda de manera individual; las celebraciones y reivindicaciones históricas que se inscriben a la subcultura; las prácticas de identificación local e internacional; los elementos de mayor identificación en la indumentaria; el conocimiento individual de los rasgos generales de la subcultura Punk; los cambios en la indumentaria históricamente y; los elementos que se conservan hoy en la herencia pasada del Punk. La definición de esta entrevista

buscó caracterizar los significantes sociales e individuales asociados a la identidad cultural que comunica la indumentaria de los miembros de la subcultura.

Una vez obtenidos los datos de la aplicación de las entrevistas (grabadas) se procedió con la transcripción de cada una, su correspondiente organización en documentos separados para tener de primera mano los componentes discursivos más importantes explorados en el discurso de los participantes.

Posteriormente se realizó análisis categorial por párrafos, lo cual permitió organizar la información a través de las conceptualizaciones analíticas ya desarrolladas en el marco teórico

Posteriormente se realizó análisis categorial por párrafos, lo cual permitió organizar la información a través de las conceptualizaciones analíticas ya desarrolladas en el marco teórico.

La siguiente tabla da muestra de cómo se organizó los datos de la entrevista a través de un análisis categorial por párrafos:

Participante 1	Participante 2	Participante 3	Participante 4	Participante 5
----------------	----------------	----------------	----------------	----------------

Gustos de moda compartes con tus compañeros y compañeras.	Categoría	Subcategoría
Segmento		
<p>Pues, a mí me parece mucho la pinta pues punk, la skate, por decir la de los metachos, las de los rockandroll y así. Y de pronto hasta la de los rasta que también me suena.</p> <p>Pues moda como tal, nosotros decimos que no es una moda, pero en sí eso comenzó como una moda tiempo atrás. Parece, el punk y el ruido.</p> <p>(Mmm) en realidad solo lo que compartimos y el vínculo que tenemos es por la música. La música es lo que nos hace sentir por decirlo así punk.</p>	Moda abierta	<u>Significación social</u>
Gustos particulares encuentras en la moda	Categoría	Subcategoría
Segmento		

<p>Es cada vez sale más tecnologías y uno como ¡uy! Mira lo que crearon, ¿por qué no tener eso? ¿cierto? Ósea podría compartir por esa parte, pero por la parte de los presupuestos se salen del bolsillo de uno, entonces es algo que no se podría llegar.</p>	<p>Moda abierta</p>	<p><u>Significación individual</u></p>
<p>Tendencia de la moda punk segmento</p>	<p>Categoría</p>	<p>subcategoría</p>
<p>Estéticamente, lo que mayormente estéticamente reconocen a una persona como punkero: una cresta, una chaqueta de cuero y botas. (silencio) Cadenas.. Pues más chatarra, como más rotos, como que, pues, (ehh) la vuelta es como más sin pereque. Al mismo tiempo es como una rebelión, pero al mismo tiempo es, pues, así como les da la gana, se la ponen y no le meten mente pues a los otros que le van hablar. Parce pues lo que conoce la gente normalmente, cresta, botas, jeans entubados llenos de parches, la chamarra: que es la chaqueta de cuero y muchos parches de bandas, es como se viste un punk actual. Pero en sí punk, es cualquier persona parece, que simplemente está en contra del sistema parece. (mmm) Estéticamente, de pronto mi actitud. A veces uso camisas de bandas, pero nunca me he puesto los pelos parados, ni me pongo taches, ni nada de eso, porque me parece que no es necesario La apariencia de un punk podría ser, una persona lo más, con lo que la gente podría decir, ¡uy! Eso es un punk, ver a una persona con cresta. De que usted por ejemplo mire a una persona pasando por la calle y tiene una cresta, usted podría ser un poco de suposiciones, entre las cuales diría: ah, eso es un punk, mírale esa cresta, porque la tiene parada así. Si las únicas personas supuestamente que se hacen la cresta son punk, demás que eso es un punk.</p>	<p>Moda</p>	<p><u>Punk</u></p>
<p>Criterios de moda Segmento</p>	<p>Categoría</p>	<p>Subcategoría</p>

<p>Pues para mí la moda sería como un refugio para gente insegura. Que no es capaz de ser alguien auténtico, único.</p> <p>Pues, para mí (ehh) en cierto modo, yo la noto más, es con lo qué, ósea, lo qué, la pinta pues que llevan ahora, que es como más actual y que tiene (ehh) otra modificación</p> <p>Parce la moda, la moda es una elección que coge cada persona después de sentirse identificado con ciertos gustos ¿no? Digamos una canción, el tipo de ropa, cierta forma de apariencia, digamos pintarse los ojos, para mí todo eso va en la moda parece.</p> <p>Es lo que está en tendencia en cierto grupo social. Se asocia al fenómeno de las masas. Y cada grupo o subgrupo de la sociedad se proporciona cierto signos o símbolos distintivos, que podrían determinarse como una moda.</p> <p>La moda, la moda se viene sacando cada año, cada año hay un tipo de forma de vestir, de que cosas hacer, de que cosas decir. Para mí eso es la moda, lo que siempre está en cambio, sale, dura un tiempo determinado y desaparece, para luego venir algo que lo supera y así sucesivamente uno sentirse que está pasando por una etapa y dejando otra para poder acoplarse a la sociedad.</p>	<p>Moda</p>	<p>Nuevos enfoques y criterios de creación</p>
---	-------------	--

<p>Indumentaria punk y su significado</p>	<p>Categoría Significante-Significado</p>	<p>Subcategoría Denotativo-Connotativo</p>
<p>Segmento</p>		

Botas militares	Significante	
<p>Según lo que yo he tomado, sobre lo de la ideología del punk, es como una burla al militarismo.</p>		<p>Connotativo</p>
<p>Para mí, yo la verdad no es que le meti mucha mente pues, pero, a mí me parecían mera cuca, me parecía mera cuca por la forma en que, en que uno las percibía cuando se las coloca, que se ven como así, como más bruscas y llamativas.</p>		<p>Connotativo</p>
<p>Es como una mofa hacia el servicio militar ¿sí me entiende?, supuestamente son cosas que solo se utilizan en ese servicio, entonces para mí es una mofa. Pero originalmente para muchas personas es como simbolizar la cultura obrera ¿si me entiendes? eso significa.</p>		<p>Connotativo</p>
<p>Como un uniforme, hacen parte de la moda.</p>		<p>Connotativo</p>
<p>Para mí, representan como un tipo de burla hacia los militares, porque ellos las están utilizando para ir hacer guerra o contrarrestar la guerra, mientras que, en el movimiento punk, las botas se pueden considerar como un tipo de burla hacia ellos, miren, nosotros no tenemos que estar matando a nadie, simplemente hay que luchar o hacer otro tipo de propuestas, sin necesidad de estar yendo a la guerra y a matar gente, secuestrar y todo ese tipo de cosas.</p>		<p>Connotativo</p>

Cresta	Significante	
<p>Viene siendo sobre los indios Mohican, que ellos tomaban el lado bueno y el lado malo. Según ellos lo bueno era el sol y lo malo era la oscuridad, al pararse la cresta uno se para al sol y en un lado la cresta no va a dejar dar luz en cierto lado y en el otro si va a caer la luz del sol o del día, lo que sea.</p>		Connotativo
<p>Para mí es también parte de esa misma parte, ¿cómo es qué se dice? (emmm) como la parte pues sulfurada de ellos, que hace que la personalidad la tomen así, se lo parchen así de ese modo. Y también notan la pinta de los otros antes que iban con el punk.</p>		Connotativo
<p>Símbolo de guerra parece, eso es un símbolo de guerra. Siempre se ha utilizado, en todas las culturas siempre se ha utilizado como un símbolo de guerra, la romana, la mohicana que eran los de Estados Unidos. Significan guerra.</p>		Connotativo
<p>En este momento contemporáneo, es que cualquier bobo tenga una cresta, es una estupidez. Como le digo, el punkero tiene que parecer es sobre su cabeza y sobre sus ideas. No representa nada, porque cualquiera puede tenerla, y no cualquiera puede tener actitud de punk.</p>		Connotativo
<p>Pues para mí, representa una sola cosa y es el movimiento punk, porque cualquiera no se hace una cresta, pero lo que significa tradicionalmente, es que la cresta es como un tipo de lucha, por ejemplo, los piel rojas o en tiempos pasados los romanos que se ponían los cascos con crestas representaban que eran personas combativas. Dentro de la</p>		Connotativo

escena se podría considerar que la cresta es como una actitud referente a eso, como a **luchar**, como a una persona que siempre está parada



--	--	--



Cadenas	Significante	
<p>Vendrían siendo una, un símbolo contra la represión, contra estar atado a un sistema. Aunque ya todos estamos en esto, en este sistema.</p> <p>Esa parte violenta de la pinta. Es más, con las cadenas es con las que hacen los pogos (ja- ja- ja), dan con esa vuelta.</p> <p>Pero en sí en la cultura parece significan como liberación y desopresión de ciertas vueltas. Eso significaban las cadenas, según tenía entendido yo.</p> <p>Representa represión.</p> <p>Las cadenas para mí significan estética, pero las cadenas que se utilizan sería más bien como una anti-estética, como una burla hacia la estética que está establecida, porque lo normal es que la gente utiliza cadenas de plata, de oro, o lo que sea, mientras que un metalero, un punkero, compra una cadena de perro y con eso ya. Yo para que me voy a comprar una cadena de plata, si no tengo plata, pues, ya, con esta cadena me siento identificado y siento que se me ve bien. Y puede ser un tipo de lucha contra eso, como no, y ¿por qué? nos tenemos que comprar cosas caras como la gente dice, podemos estar con lo que tenemos, pues, con lo más barato.</p>		<p>Connotativo</p> <p>Connotativo</p> <p>Connotativo</p> <p>Connotativo</p> <p>Connotativo</p> <p>Connotativo</p>
<p>Las chamarras</p>		
<p>Las chamarras, la vida. Hable con cualquiera y una chamarra es la vida, uno está muy expuesto a las críticas, al menosprecio y más de una vez hasta en la familia, que yo puedo decir que mi familia. La chamarra es algo que es respetable entre nosotros, porque es que usted pille cualquier chamarra, de cualquier punk y ninguna va hacer igual. Representa el arte de cada uno.</p> <p>Las chamarras de cuero y de jean, pues, depende de como la lleven. Porque hay unos que de pronto son mas heavy y se la ponen, pues así con los parches de las bandas y rotas. Sí son punkeros,</p>	<p>Significante</p>	<p>Connotativo</p>



Para poder caracterizar los significantes sociales e individuales asociados a la identidad cultural que comunica la indumentaria de los miembros de la subcultura, el proceso de organización de datos cualitativos para ser analizados se logró por medio de lo que Bonilla y Rodríguez (2007, p. 55) llaman *matriz descriptiva*. En esta se organizaron las cuatro variables de investigación, con sus categorías y subcategorías, organizada del siguiente modo, a partir de la variable (moda, indumentaria, identidad y comunicación), seguidamente las categorías en las que tiene lugar (moda abierta, signifiicante – significado, identidad cultura, comunicación visual); la subcategoría en la que tiene lugar (significación social, individual, denotativa, connotativa, experiencias históricas comunes, códigos culturales compartidos, puntos críticos de diferencia confusa y significativa, emisor, receptor, código y mensaje) y el objetivo que se inscribe al análisis, para poder ubicar la información obtenida de las observaciones no participantes a los cinco miembros punk, según cada subcategoría planteada. La Tabla 2 muestra la matriz diseñada, de la siguiente manera:

Tabla 2. Matriz descriptiva

VARIABLE	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	OBJETIVO 2
MODA	Moda abierta	Significación social	
		Significación individual	

INDUMENTARIA	Significante	Denotativo	
	Significado	Connotativo	
IDENTIDAD	Identidad cultural	Experiencias históricas comunes	
		Códigos culturales compartidos	
		Puntos críticos de diferencia profunda y significativa	
COMUNICACIÓN	Comunicación visual	Emisor	
		Receptor	
		Código	
		Mensaje	

La información consignada en este protocolo de observación es luego cruzada entre los participantes para después ser ubicada en las subcategorías correspondientes en la matriz descriptiva (véase Anexo # 5). Ya sistematizada la información en cada subcategoría de cada variable, se analizan estos hallazgos a la luz de la teoría que respalda cada variable para encontrar puntos en común o tensiones entre la información teórica y la hallada en campo.

4.2. ANÁLISIS CATEGORIAL

4.2.1. IDENTIFICACIÓN DE LOS RASGOS DE IDENTIDAD CULTURAL QUE COMUNICA LA INDUMENTARIA

A partir de la implementación de la matriz descriptiva (Ver tabla # 2), se realizó el proceso de sistematización y el correspondiente cruce categorial que nos permite establecer los puntos comunes en el desarrollo de observación y aplicación de los instrumentos para exponer las categorías que tienen mayor importancia en el análisis.

La información se organizó a partir de la identificación de los rasgos de identidad cultural que comunica la indumentaria de los miembros de la subcultura, a partir del protocolo de observación (Ver anexo # 2), en el cual encontramos los puntos comunes y diferenciales a la indumentaria que tienen lugar en la identidad cultural de los participantes. Posteriormente se consignan los datos en la matriz descriptiva a partir de la relación entre los datos de observación y los testimonios dispuestos por los participantes, para disponer desde las entrevistas un proceso de segmentación por categorías definido desde las categorías: Moda, con las subcategorías nuevos enfoques y criterios de creación, significación social e individual, tendencia de la moda punk. La categoría indumentaria, con las subcategorías significativa - significado – Denotativo – Connotativo y Composición, indumentaria Punk y su significado. La categoría de identidad cultural, con las subcategorías de experiencias históricas comunes, códigos culturales compartidos, puntos críticos de diferencia profunda y significativa.

Según el cruce de las categorías definidas, pudimos identificar y caracterizar desde cada categoría los rasgos de identidad cultural que comunica la indumentaria de los miembros de la subcultura e Interpretar los significantes sociales e individuales de

los rasgos de identidad cultural que comunica la indumentaria de los miembros de la subcultura Punk en Medellín.

A partir del cruce categorial presentamos primeramente las categorías de moda, desde los componentes de significación social e individual e indumentaria para el primer objetivo.

MODA

Desde los componentes de significación social, al observar la indumentaria de los cinco participantes punk, y según la información consignada en el protocolo de observación (véase Anexo 2), se encontró que usan prendas en común como: alfileres y piercings, pantalones ajustados, color negro en sus prendas, prendas sin marca, gorras, cadenas y playeras. De igual manera, estos mismos participantes coinciden en no usar todos estilos y prendas tradicionales en la vestimenta punk, como son: botas militares, prendas con modificaciones y convers. Por último, durante la observación, ninguno usó botas punteras metálicas, cresta, tirantes, calcetines multicolores, chaquetas militares y ganchos de ropa, prendas que forman parte de los usos tradicionales de esta subcultura. En cuanto a prendas con modificaciones, uso tradicional en los punk (Uribe, 2013), solo dos participantes siguen este estilo; la prenda en que las usan son sus gorras.

Desde los componentes de uso individual, los participantes presentan algunos gustos particulares, de los cuales algunos son tradicionales, como las botas militares, convers y ropa con modificaciones. En cuanto a las prendas que emergieron, es decir, las que no estaban preestablecidas en el protocolo de observación, los participantes usan de manera particular tatuajes, tenis, chaquetas de cuero y prendas con marca. Se destaca a dos de los participantes, quienes usan gorras con modificaciones a diferencia de los otros tres que también usan este accesorio, pero sin ninguna modificación.

Esta observación permite llegar a varias discusiones. Lo primero es que, aunque es posible denotar en este grupo observado el uso de indumentaria como significación social, reflejada principalmente en prendas como alfileres y piercings, pantalones ajustados, color negro en sus prendas, prendas sin marca, gorras, cadenas y playeras, son vistosos los gustos particulares, ya que cada miembro punk observado refleja mayormente una significación individual, un gusto a su modo de las prendas con las que se visten. Lo anterior concuerda con Lipovetsky (1990), para quien en las modas jóvenes la apariencia registra un fuerte impulso individualista desde él se manifiesta un gusto propio en la forma de vestir, que no se sale de los parámetros del grupo.

Respecto a la comparación entre la moda tradicional punk y la observada en el grupo, es posible destacar algunas prendas que, teóricamente, no son comunes en esta subcultura, como lo es la gorra, un elemento clave a la hora de definir una significación social en los miembros punk observados. En este sentido, la gorra es un obstáculo para manifestar significación por medio de otro elemento clave e histórico en la indumentaria punk: la cresta (Uribe, 2013), la cual no “descrestó” de ninguna manera, puesto que todos los miembros observados cubren su cabello con gorras con o sin modificaciones. Esta tendencia, aunque parece un cambio en lo tradicional de la moda punk, no supone un distanciamiento en la propuesta de esta subcultura, puesto que, como afirma el mismo Lipovetsky (1990), en la moda se imponen nuevos enfoques y criterios de creación, ya que la significación social e individual cambian al tiempo de los gustos y comportamientos de los sexos.

Finalmente, es posible concluir que los punk observados manifiestan una moda abierta que, incluso, desafía los patrones de moda tradicionales de la subcultura punk, lo que no supone necesariamente un cambio de paradigma en el pensamiento, sino más bien nuevos criterios que parten de una significación individual que establece un consenso hacia una significación social.

INDUMENTARIA

Desde un significado denotativo, y partir de la observación de la indumentaria de los participantes punk, se halló que se conservan usos de algunas prendas convencionales y típicas de esta subcultura, como son: alfileres y piercings, pantalones ajustados, color negro en sus prendas, prendas sin marca, cadenas y playeras.

En cuanto a lo connotativo, la gorra surge como un accesorio de la indumentaria punk que se podría clasificar connotativamente, en tanto no coincide con lo que algunos autores (Henaó, 2007; Uribe, 2013) mencionan acerca de la indumentaria tradicional de esta subcultura. En este sentido, es preciso destacar que la gorra obstruye el peinado, y se sabe que la cresta es un adorno significativo en la subcultura punk.

El color negro en las prendas se destaca como el elemento denotativo más común en el grupo observado, ya que, tradicionalmente, este color es típico en la indumentaria punk (Uribe, 2013). Por su parte, al igual que en el apartado anterior, la gorra se destaca como un significante individual y social común al grupo observado, que podría ubicarse en el plano connotativo. Si se parte de que la denotación tiene un sentido primitivo, tradicional y común a una comunidad determinada y que la connotación carga al significante de varios sentidos, la gorra entonces entra en este marco de lo connotativo, al ampliar el marco de prendas y accesorios de la indumentaria punk y al obstruir o bien reemplazar otros usos representativos como la cresta.

4.2.2. SIGNIFICANTES SOCIALES E INDIVIDUALES ASOCIADOS A LA IDENTIDAD CULTURAL QUE COMUNICA LA INDUMENTARIA

La caracterización e interpretación de los significantes sociales e individuales asociados a la identidad cultural que se comunican en la indumentaria de la subcultura, encontramos que según el cruce categorial, las formas de significación dispuestas en la indumentaria de los miembros participantes de la investigación aparecen dispuestas desde las categorías de identidad, las subcategorías de la moda abierta, significación social e individual, tendencia de la moda punk, los significantes y significados denotativos y connotativos, experiencias históricas comunes, códigos culturales compartidos y puntos críticos de diferencia profunda y significativa. Con base en estas subcategorías presentamos entonces el cruce categorial correspondiente al objetivo dos y tres.

IDENTIDAD

Como una de las primeras prácticas comunes de los punk observados dentro de lo que se denomina códigos culturales compartidos está que suelen reunirse a conversar alrededor de un vino. El vino parece ser un elemento que los une en sus reuniones y conversaciones. Resaltando lo que ya se ha mencionado antes, los participantes comparten el uso de prendas tradicionales, pero, de igual manera, comparten el desuso de otras, que también forman parte de la vestimenta tradicional. Nuevamente, la gorra surge como un accesorio compartido entre todos los participantes, algo llamativo si se tiene en cuenta que no es una prenda común en la indumentaria punk.

Dentro los puntos críticos de diferencia profunda y significativa que marcan transformaciones importantes en esta subcultura, según lo observado, es llamativo que prendas y adornos tan importantes, según la teoría, como la cresta, los tirantes, ganchos de ropa, calcetines multicolores y las botas punteras metálicas no sean usados por estos participantes. Por el contrario, la gorra, los tenis y las prendas con

marca se establecen como aquellos elementos que forman parte de la identidad punk, sin ser históricamente tradicionales.

Un asunto que es valioso resaltar en esta discusión es la relación entre subcultura punk y antimoda, ya que para Heno (2007) la antimoda se manifiesta con el antimarquismo. Sin embargo, eso no sucede del todo en el grupo observado, puesto que algunos portan prendas con marcas, en especial, zapatos. Esto conlleva un cambio sustancial en la comprensión que estos jóvenes tienen acerca de lo que significa ser punk, algo que seguramente se ampliará en los resultados de las entrevistas, donde se podrá profundizar más en la dimensión comunicativa e identidad de los punk.

MODA ABIERTA

Al hacer un recorrido por la categoría moda, las definiciones de los miembros punk, en su mayoría, apuntan a considerar la moda como un gusto que cambia con el pasar del tiempo, concepción que coincide con lo planteado por Lipovetsky (1990), quien considera que a la moda le es inherente el cambio y que, además, las culturas juveniles son importantes en la movilización de las transformaciones de la moda, llevando su hegemonía tradicional al plano de lo diverso y desafiante. Respecto a qué representa para ellos la moda, inmediatamente la asocian con el consumo y que representa a las masas; por lo tanto, no se identifican con el concepto. Pese a esto, reconocen que la indumentaria punk, de alguna manera, tiene como base criterios de moda; dos de ellos comparan el sentido de la indumentaria punk actual con el pasado, afirmando que en el pasado la indumentaria cobraba un significado mayor, asociado con la rebelión. Esto permite preguntarse: ¿ahora no es así? ¿El sentido de rebelión reflejado mediante la forma de vestirse se ha apagado?

Prontamente, los participantes se van inclinando en sus respuestas a asuntos de mayor interés por encima de la indumentaria. La música, por ejemplo, es un elemento de su significación social más fuerte la indumentaria misma, por ejemplo el participante Brayan dice: “A mí me gustó el rock and roll desde muy niño y por cosas de la vida en el barrio me encontré a un parcerito punk, y me mostró, me enseñó” (Tomado de entrevista realizada a participante Brayan). Por tanto, si se busca un aspecto de la subcultura punk que es más unificador y que contiene un mayor significado para esta comunidad es la música punk, lo cual no menosprecia la indumentaria, sino que revalida a la música como un elemento histórico que dio origen al punk. En definitiva, la música para los participantes es una moda misma.

SIGNIFICACIÓN INDIVIDUAL

Al contrastar la significación social con la individual, se puede notar que los miembros punk entrevistados no concuerdan en los mismos gustos individuales en torno a la indumentaria. La música es ese elemento unificador del grupo, pero, en cuanto a la indumentaria, no parece haber un reglamento radical para entrar o mantenerse en el grupo, aunque ya veremos algunas tendencias que lo demuestran de manera implícita.

TENDENCIA DE LA MODA PUNK

Sobre cómo debe verse un punk, los participantes aseguran categóricamente que este debe llevar cresta, chaqueta de cuero y botas. Curiosamente, como se pudo notar en los análisis de las observaciones, ninguno usaba estos elementos o prendas. Esto no significa que estos miembros punk entren en contradicción con su forma de vestir, ya que ellos mismos reconocen que la vestimenta no es lo

importante (recordar que algunos usan ropa con marca y, tradicionalmente, el punk es antimarquista), sino su pensamiento. Por lo cual, desde ya es posible notar y afirmar que los sistemas de significación que emergen a partir de los componentes de la indumentaria entran en un plano secundario en el grupo observado, ya que en su vestimenta no está el sentido, sino en la música y su pensamiento. Sin embargo, es posible rastrear en el color negro, la gorra y otras prendas una manera de comunicar e identificarse mediante la indumentaria.

Al preguntarles a los participantes si sentían que su subcultura promovía lo “feo y lo repulsivo” (Lipovetsky, 1990) para manifestarse ante el sistema, tres de los participantes expresaron su negativa total, argumentando que su forma de vestir refleja una belleza diferente. No obstante, los dos participantes restantes sí consideran que representar lo feo y lo repulsivo sea una tendencia en la moda punk y que allí hay precisamente una intencionalidad comunicativa. Precisamente, uno de ellos afirma que “la actitud punk es esa, es ser repulsivo, es ser grotesco. En una sociedad donde todos creen ser puritanos, moralmente, éticamente” (Participante A).

SIGNIFICANTE-SIGNIFICADO – DENOTATIVO - CONNOTATIVO

Entrando al plano de las prendas, accesorios y adornos que forman parte de la indumentaria punk. Se encontró que los participantes tienen el siguiente concepto de estos elementos tradicionales de la subcultura punk:

- Botas militares: Burla al servicio militar.
- Convers: No representan en nada a la subcultura punk.
- Cresta: Tres de los entrevistados expresan que la cresta históricamente simboliza la lucha y la guerra de los indígenas Piel Roja, los Mohican y los romanos. Uno de los participantes expresa que no significa nada porque

cualquiera puede tenerla y el punkero lo que debe mantener son sus ideales.

- Tirantes: Todos concuerdan que este elemento no tiene un significado para su subcultura.
- Alfileres y piercings: Los entrevistados manifiestan que los piercings representan un gusto personal, una libre elección, una expresión artística. Uno de los participantes menciona uno de ellos denominado septum, que representa un rechazo al maltrato animal.
- Cadenas: La mayoría de los entrevistados vinculan las cadenas a un accesorio que simboliza una lucha contra la represión.
- Playeras: Este elemento no tiene un significado simbólico dentro de la subcultura, es utilizada por comodidad.
- Gabardina: según los participantes, es una prenda en desuso.
- Calcetines multicolores: Los entrevistados expresan en su mayoría que este elemento no representa nada en la subcultura punk. Uno de ellos expresó que algunos punkeros los utilizan, porque trabajan con las artes circenses o porque son malabaristas.
- Chaquetas militares (cuero y jean): En su mayoría consideran que las chamarras, como popularmente las llaman, son muy personales, cada punkero la modifica (engayan) según sus gustos. Les agregan taches, parches de las bandas favoritas. Reflejan en ellas su personalidad.
- Pantalones ajustados: Entre los entrevistados expresan que el pantalón ajustado o bota tubos como ellos lo llaman, no tienen un significado en la subcultura punk. Consideran que son utilizados por gusto o por comodidad.
- Botas punteras metálicas: tres de los entrevistados concuerdan con que este elemento de la indumentaria representa agresividad y algunos las podrían utilizar para “dar” o “pelear”. Sin embargo, en su mayoría las utilizan por gusto.

- Colores: Los colores que son más utilizados por los participantes son el negro y el rojo.

Estos elementos tradicionales de la vestimenta punk (Uribe, 2013), al compararlos con la indumentaria que llevan los participantes, se encuentra que en este grupo parece haber una brecha entre una tendencia tradicional a una más moderna. La gorra, por ejemplo, simboliza un rompimiento con la cresta, dado que ambas no pueden subsistir al mismo tiempo. Sin embargo, el color aún sigue vivo. Tanto desde lo tradicional como en la actualidad los punkeros tienen como colores predilectos el negro y el rojo.

Dentro de los muchos otros accesorios y prendas que usan los punkeros entrevistados, que son distintas a las tradicionales, se encuentran:

- Raparse: Significado banal
- Tarro de alcohol y gorras con parches de bandas: Por gusto.
- Tatuajes: gusto
- Collares y manillas: se sienten identificados, pero no develan un significado en particular.

Se puede notar hasta aquí cómo los punkeros han perdido el significado de ciertas prendas que para otras comunidades o subculturas punk son valiosas. Es posible afirmar que el significado de la moda y la identidad con la indumentaria punk se han actualizado en este grupo, siendo la elección por una prenda más por gusto que por lo que significa históricamente.

Más allá del papel secundario que viene asumiendo la indumentaria punk en este grupo de jóvenes observados y entrevistados, surge un hallazgo interesante, correspondiente al momento en que estos jóvenes cambian su forma de vestir en ocasiones que lo ameritan, ya sea por el motivo que guarda el momento o porque

alguna autoridad así lo exige, pues dicen sentirse disfrazados cuando por motivos de trabajo, universidad, grados o fotografía de la cédula deben buscar otros estilos acordes hegemonícamente con estas circunstancias. Esto permite evidenciar que la indumentaria sí es identitaria en ellos, más allá de que no la usen con la ideología antimarquista, desclasada y desafiante del punk tradicional.

EXPERIENCIAS HISTÓRICAS COMUNES

Entrando un poco más en el tema de la identidad, dentro de las experiencias históricas que han determinado su forma de vestir, dos de los entrevistados expresan que llegaron a utilizar la indumentaria punk por herencias de sus padres que hacen parte de movimientos como el *rock and roll*, el metal y los hippies. Los demás afirman que fue por la influencia de amigos, la música y por la misma vestimenta que llamó su atención. La identidad cultural en torno a la subcultura punk no tiene entonces un yacimiento común en los miembros entrevistados.

Dentro de las celebraciones históricas que realizan dentro de tu subcultura, solo dos de ellos expresaron que realizan celebraciones dentro de la subcultura. Entre estos eventos que llevan a cabo y que conforman identidad cultural se encuentran:

- Los conciertos: uno de ellos expresa que: “cuando venga una banda que es de otro país, bandas que uno cree que nunca va a poder escuchar, eso se celebra”.
- 1 de mayo: marcha por las calles de Medellín. Un participante expresa que: “Podría ser una celebración a ojos de otra persona, pero a ojos de uno, podría ser, como una lucha, algo así. La lucha es porque yo quiero vestirme como a mí me dé la gana, yo quiero hacer lo que a mí me dé la gana y no lo que la gente me esté diciendo, se quiere lucha por la libertad de sí mismo”.

La música y la lucha común construyen identidad colectiva con esta subcultura y conforman en estos jóvenes un caparazón fuerte de unión en torno a propósitos compartidos.

CÓDIGOS CULTURALES COMPARTIDOS

Una pregunta muy importante fue la que apuntó a qué prácticas son las que los identifican, tanto a nivel mundial como a nivel local. Nuevamente, la música reluce como el elemento base y clave de identidad cultural en los miembros entrevistados, además del famoso “pogo”, ese baile en que unos a otros chocan mientras suena la estruendosa música.

Al apuntar directamente a aquellos elementos de la indumentaria con los cuales más se identifican, cada uno enuncia diferentes prendas, accesorios y adornos, entre los cuales se encuentra

- Pantalones entubados.
- Cadenas.
- Botas.
- Expansores (pirciengs).

El accesorio de la gorra se ratifica como un elemento común en la voz de uno de los participantes, pero los significados son vacíos, las usan por gusto, y cabe reiterar que la elección de la indumentaria pasa más por el gusto que por una elección con tintes ideológicos. Los tatuajes emergen también como un uso común en este grupo de entrevistados.

Para finalizar, expresamente los participantes son claros en que la indumentaria no es un identificador principal. La música, los ideales y la actitud son

aspectos más importantes. El análisis ha permitido comprender que la indumentaria no está cargada de un significado histórico para ellos, pero sí genera un rasgo de identidad desde el cual manifiestan ser parte del grupo.

PUNTOS CRÍTICOS DE DIFERENCIA PROFUNDA Y SIGNIFICATIVA

La mayoría reconocen que a nivel latinoamericano la subcultura punk proviene del Perú, con los huaicos. Dos de ellos reconocen que también proviene de Europa, Inglaterra, es decir, no parece haber un consenso claro. Respecto a cómo ha cambiado la indumentaria punk hasta el día de hoy, los jóvenes manifiestan que ha cambiado mucho y reconocen algo que debe analizarse en cuanto a la brecha entre lo tradicional y lo actual. En este sentido, destacan que hoy en día es difícil lucir como un punk en toda su extensión, ya que hay una estigmatización contra ellos por “la eliminación de ‘jóvenes problema’, entonces tuvieron que mermarle a la vuelta (la pinta)”. Los ideales cambiaron y ya no se utilizan algunos elementos como la falda escocesa. También son críticos al afirmar que “el punk, como cualquier expresión del arte contemporáneo se vendió a los medios”.

Por tanto, en términos de indumentaria estos jóvenes buscan otras maneras más cómodas e individuales de identificarse con la subcultura, sin dejar su amor por la música y por las ideas. Según los participantes, aún conservan y usan algunos accesorios, prendas y adornos de la vestimenta tradicional punk, como son la cresta, cadenas, botas, chamarras, parches, taches y candados.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- En Medellín, los rasgos de identidad del grupo de miembros punk observado comunican más una moda abierta individualista que una convención social

en cuanto al uso de determinadas prendas. La moda de los jóvenes tiende a manifestar sus gustos personales, por lo cual la indumentaria punk tradicional se diluye ante la variedad de la indumentaria punk de estos jóvenes.

- Por medio de los hallazgos se logró descifrar que la música es ese elemento unificador del grupo, pero, en cuanto a la indumentaria, no parece haber un reglamento radical para entrar o mantenerse en el grupo.
- Se logró concluir que la gorra es un nuevo elemento común en la subcultura punk, este nuevo accesorio reemplaza la cresta, puesto que las dos no se podrían utilizar al mismo tiempo. Sin embargo, la gorra no radica en una tradición histórica, sus significados son vacíos, las usan por gusto.

Finalmente, como limitaciones de este estudio, se presentaron dificultades logísticas para realizar las observaciones y entrevistas a los cinco miembros punk, debido a que varios en ese momento estaban bajo la influencia de sustancias psicoactivas.

6. PRODUCTO RESULTADO DE INVESTIGACIÓN

6.1 PRESENTACIÓN

6.2 JUSTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

En la actualidad se requiere analizar la dimensión comunicativa de la indumentaria como una nueva posibilidad de comprender la identidad en los miembros de subculturas como la punk. Por esta razón surge la necesidad de dejar un producto que logre evidenciar la relación comunicativa que existe entre indumentaria e identidad.

Asimismo, el artículo logra evidenciar la importancia de resaltar el presente social a través de un presente donde el ser humano busca significarlo todo. En este sentido, la indumentaria punk es un buen ejemplo de esa ansia de significar, actualizándose en el tiempo y adaptándose al hambre de novedad de las personas.

Este producto le servirá como referencia a futuras investigaciones que busquen resaltar el vestuario como un medio de comunicación para resaltar la identidad.

6.3 DESCRIPCIÓN DEL DISEÑO O ELABORACIÓN DEL PRODUCTO

Para la elaboración del artículo se ejecutaron los siguientes pasos, con el fin de dar a conocer el proceso y desarrollo de la investigación.

Como primer paso ejecutado se elabora la introducción, en donde se mencionan los propósitos y generalidades de la metodología. Así mismo algunos referentes conceptuales, seguido de una ruta conceptual en donde se destaca los aportes más valiosos y fundamentales para la investigación.

Posteriormente se establece la ruta metodológica utilizada para el desarrollo del proyecto, explicando el paradigma, tipo de investigación y los instrumentos que fueron empleados para la recolección de la información.

Como último paso se dan conocer los resultados y las conclusiones de manera concreta y clara.

6.4 PRODUCTO

Comunicación, moda y significados sociales en la subcultura punk en Medellín

Communication, fashion and social meanings in the punk subculture in Medellín

Resumen

La subcultura punk es un movimiento de los años setenta que fue evolucionando a formas de pensar, expresarse, vivir y tener un lugar en el mundo. Aunque la ideología del rechazo de la moda para convertirse en una antimoda es generalizada en este grupo, ha habido variantes en cada pensamiento punk, según la época, país y circunstancias específicas. Por eso, la comprensión de la identidad punk, si se quiere descifrar lo que comunica su vestuario, debe situarse en un contexto específico. Así que el **objetivo** de este artículo es analizar rasgos de identidad

cultural que comunica la indumentaria punk en Medellín. La **metodología** se orienta desde un enfoque cualitativo, con paradigma histórico-hermenéutico, diseño no experimental y estudio transversal. Los instrumentos empleados fueron la observación no participante y entrevistas semiestructuradas a cinco miembros de la subcultura punk de la ciudad de Medellín, concretamente, el municipio de Bello. Los **resultados** revelan que los punks observados manifiestan una moda abierta desde la cual desafían los patrones de moda tradicionales de esta subcultura, lo que no supone necesariamente un cambio de paradigma en el pensamiento, sino más bien nuevos criterios que parten de una significación individual que establece un consenso hacia una significación social. Se **concluye** que la identidad del grupo de miembros punks observados comunican mayormente una moda abierta individualista que una convención social en cuanto al uso de determinadas prendas.

Abstract

The punk subculture is a movement of the seventies that evolved into ways of thinking, expressing, living and having a place in the world. Although the ideology of rejecting fashion to become an anti-fashion is generalized in this group, there have been variants in every punk thought, depending on the time, country and specific circumstances. Therefore, the understanding of punk identity, if you want to decipher what your wardrobe communicates, must be placed in a specific context. So the aim of this article is to analyze the cultural identity traits communicated by punk clothing in Medellín. The methodology is oriented from a qualitative approach, with a historical-hermeneutic paradigm, non-experimental design and transversal study. The instruments used were non-participating observation and semi-structured interviews with five members of the punk subculture of the city of Medellín, specifically the municipality of Bello. The results reveal that the observed punks manifest an open fashion from which they challenge the traditional fashion patterns of this subculture, which does not necessarily imply a paradigm shift in thinking, but rather new criteria that start from an individual significance that establishes a

consensus towards a social significance. it is concluded that the identity of the observed punk group communicates mostly an individualistic open fashion than a social convention regarding the use of certain garments.

Palabras clave: arquetipo, comunicación educativa, comunidades, culturas, entrevista etnográfica, estética, identidad cultural, significación.

Keywords: archetype, educative communication, communities, cultures, ethnographic interviewing, aesthetic, cultural identity, significance.

7. REFERENCIAS

- Abruzzese, A. (2010). Ser moda. Apuntes sobre los modos de afirmarse en el mundo o en el mercado de las identidades. *Pensar la Publicidad*, 7 (1), 15-44.
- Alconchel, G. (2015). Subculturas en la red: identidad y juventud. *Revista de Humanidades*, (25), 129-144.
- Amsler, A. (2014). El vestido en la identidad y pertenencia de jóvenes universitarios. *Analéctica*, (2), 1-11. Recuperado de <https://bit.ly/2Hzt6EI>
- Bate, L. (1984). Cultura, clases y cuestión étnico - nacional. México: JP.
- Barthes, R. (2003). *El sistema de la moda y otros escritos*. España: Paidós.
- Beavin, H & Jackson (1971). Teoría de la comunicación. España: Señorial.
- Bennett, A. (2015). El Punk no ha muerto. La importancia continua del Punk para una generación mayor de fans. *Apuntes de investigación del CECYP*, 17 (25), 27-48. Recuperado de <https://bit.ly/2JcCnzf>
- Bonilla, E. & Rodríguez, S. (2007). *Más allá del dilema de los métodos. La investigación en ciencias sociales*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.

- Briones, G. (2002). *Metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales*. Bogotá, Colombia: ICFES.
- Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos, conflictos multiculturales de la globalización*. México: Gibrardo S.A.
- Castells, M. (1996). *Economía, sociedad y cultura*. Madrid: Paidós S.A.
- Corominas, J. (1987). *Breve diccionario etimológico abreviado de la lengua castellana*. Madrid, España: Gredos. Recuperado de <https://bit.ly/2sG1Dco>
- Dobkin, B. & Pace, R. (2007). *Comunicación en un mundo cambiante*. México: McGraw Hill Interamericana.
- Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda. Una visión sociológica*. Barcelona, España: Paidós.
- González, R. (2008). Mito y moda. En Grupo de análisis de la comunicación. *Moda, comunicación y sociedad* (pp. 35-89). Sevilla, España: Comunicación social ediciones y publicaciones.
- Hall, S. (2014). *Sin garantías. Trayectorias y problemáticas en estudios culturales*. Cauca, Colombia: Editorial universidad del Cauca.
- Henao, S. (2007). La indumentaria como identificador social: un acercamiento a las culturas juveniles. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (21), 1-12.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). 6a Ed. *Metodología de la investigación*. México D.F.: McGRAW-HILL.
- Hurtado, R. (2012). *El punk en la escuela: debate entre formas de expresión juvenil y el uniforme Escolar*. Museo de trajes regionales. Recuperado de <https://bit.ly/2JbEUdb>
- Ivaylova, V. (2015). *“El punk como resistencia: el arte, el estilo de vida y la acción política del movimiento como camino para crear un nuevo mundo”* (trabajo de maestría). Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, España.

- Laver, J. (1988). *Breve Historia Del Traje y La Moda*. Madrid, España: Catedra. Recuperado de <https://bit.ly/2HAWdHs>
- Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona, España: Anagrama.
- López, E. (2014): “*Tribus urbanas y su influencia en adolescentes de educación básica*” (estudio realizado en los establecimientos públicos del nivel básico de la cabecera departamental de Quetzaltenango). (trabajo de grado). Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenango, Guatemala. Recuperado de <https://bit.ly/2HMuiln>
- Real Academia Española. (2014). *Diccionario De La Lengua Española*. Madrid, España: Espasa.
- Sandoval, C. (2002). *Investigación cualitativa*. Bogotá, Colombia: ICFES
- Serrano, M. (1982). *Teoría de la comunicación, epistemología y análisis de la referencia*. Madrid: Cuadernos de comunicación.
- Universidad Católica Luis Amigó. (2013): *Programa profesional comunicación social*. Medellín, Colombia. Recuperado de <https://bit.ly/2qK2BIW>
- Uribe, N. (2013). *Estilo subcultural en Pereira. La Moda/Vestido en el Hip Hop / Punk / Metal*. Pereira, Colombia: Grupo de Investigación Esferas. Recuperado de <https://bit.ly/2HDC43g>

8. ANEXOS

8.1. TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Anexo 1. Ficha bibliográfica

FICHA #

Bibliografía

Resumen

Palabras claves

Tipo de investigación	
Objetivos y pregunta de investigación	
Metodología	
Resultados	
Lugar de la investigación	
CATEGORÍA/COMENTARIOS	DESCRIPCIÓN

Anexo 2. Protocolo de observación no participante

RASGOS DE IDENTIDAD EN LAS SUBCULTURAS PUNK A TRAVÉS DE LA INDUMENTARIA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN

Instrumento para observación elementos prácticos que configuran el concepto de identidad en las subcultura punk

El siguiente es un protocolo de observación no participante, desde el cual “el investigador busca ubicarse dentro de la realidad sociocultural que pretende estudiar” (Sandoval, 2002, p. 139). Los elementos a observar se derivan de las variables *Indumentaria* y *Comunicación*. La indumentaria presenta como subcategorías de observación los elementos que componen el vestuario punk, mientras que la comunicación ayuda a identificar los elementos que corresponden al código y al mensaje que transmiten los miembros de esta subcultura.

El objetivo de esta observación es determinar los elementos de la indumentaria que configuran el concepto de identidad en la subcultura punk.

A continuación, se expone el protocolo con los ítems a la izquierda y dos índices de respuesta a la derecha.

Fecha de la Observación:	
Subcultura observada:	

Participante	
Sexo	
Hora inicio:	
Hora finalización:	

Indumentaria	Partici. 1 (MS)	Partici. 2 (BR)	Partici. 3 (EV)	Partici. 4 (S)	Partici. 5 (AM)
1. Botas militares		X			
2. Convers				X	
3. Cresta					
4. Tirantes					
5. Alfileres y piercings	X	X	X	X	X
6. Cadenas	X	X		X	
7. Playeras	X	X		X	
8. Calcetines multicolores					
9. Chaqueta militar					
10. Pantalones ajustados	X	X	X	X	X

11. Botas punteras metálicas	X				
12. Colores (rojo, negro, verde y blanco)	Blanco y negro	Negro	Negro	Negro	Rojo y blanco
13. Ropa con modificaciones	X				
14. Ganchos de ropa para arreglarla rápidamente					
15. Prendas sin marca	X	X	X	X	
16. Otras. ¿Cuáles?					
Gorra	X	X	X	X	X
Tatuajes	X	No, visib.	No, visib.	No, visib.	No, visib.
Tenis	X		X		
Prendas con marca	X				X
Chaquetas de cuero		X	X		

Anexo 3. Entrevista semiestructurada

FORMATO ENTREVISTA PARA PARTICIPANTES DE LA SUBCULTURA PUNK

Con esta técnica de recolección de datos se busca determinar los elementos de la indumentaria que configuran el concepto de identidad en la subcultura punk. Se garantiza la confidencialidad y el anonimato de las respuestas a todas las preguntas contenidas en la entrevista. La honestidad con la que diligencie este instrumento garantizará el éxito de esta investigación.

FECHA:

EDAD: _____

SEXO: _____

1. MODA – Categoría: Moda abierta

1.1. Subcategoría: Nuevos enfoques y criterios de creación

- (1) ¿Qué es para ti la moda?
- (2) ¿Qué representa para ti la moda?
- (3) Consideras que la indumentaria punk tiene como base criterios de moda diferentes a los tradicionales. Sí o no. ¿Cuáles?

1.2. Subcategoría: Significación social

- (4) ¿Qué gustos de moda compartes con tus compañeros y compañeras?

1.3. Subcategoría: Significación individual

- (5) ¿Qué gustos particulares encuentras en la moda?

1.4. Tendencia de la moda punk

- (6) Estéticamente, ¿cuál es la apariencia de un punk?
- (7) Teniendo en cuenta la estética de la indumentaria del punk, ¿se consideran feos y repulsivos?

2. INDUMENTARIA – Categorías: Significante-Significado – Denotativo- Connotativo, Composición

2.1. Subcategoría: Indumentaria punk y su significado

- (8) ¿Qué significan para ti y para tu subcultura punk los siguientes elementos de la indumentaria?:
- Botas militares
 - Convers
 - Cresta
 - Tirantes
 - Alfileres y piercings
 - Cadenas
 - Playeras
 - Gabardinas
 - Calcetines multicolores
 - Chaquetas militares
 - Pantalones ajustados
 - Botas punteras metálicas
 - Colores (y cuáles)
- (9) A parte de los accesorios anteriores, ¿qué otros utilizan y qué significan?
- (10) ¿Has cambiado tu forma de vestir, según ocasiones especiales? ¿Qué tipo de ocasiones? ¿Cómo te has vestido? (Categoría: Significado)

3. IDENTIDAD – Categoría: Identidad cultural

3.1. Subcategoría: Experiencias históricas comunes

- (11) ¿Cuáles han sido las experiencias históricas que han determinado su forma de vestir?
- (12) ¿Qué celebraciones históricas se realizan dentro de tu subcultura?


3.2. Subcategoría: Códigos culturales compartidos

- (13) Como subcultura, ¿qué prácticas son las que los identifican, tanto a nivel mundial como a nivel local?
- (14) ¿Qué elementos de su indumentaria son los que más los identifican y que más comparten?
- (15) ¿Su indumentaria los identifica como subcultura punk o hay otros elementos más importantes? ¿Por qué?

3.3. Subcategoría: Puntos críticos de diferencia profunda y significativa

- (16) ¿De dónde proviene la subcultura punk y en qué medida reconoces los cambios que ha tenido a través de los años?
- (17) ¿Históricamente, cómo ha cambiado la indumentaria punk hasta el día de hoy?
- (18) ¿Qué elementos se conservan del pasado del punk en la indumentaria que usas?

Muchas gracias.



8.2. CONSENTIMIENTOS INFORMADOS

Anexo 4. Consentimiento informado

Asunto: Permiso para realizar investigación.

Dirigido a: Personaje #.

Título de proyecto: Rasgos de identidad miembros de la subcultura punk a través de la indumentaria en la ciudad de Medellín.

Investigador: Jennifer Muñoz.

Cordial Saludo

Esta es una investigación realizada por Jennifer Muñoz Guzmán, estudiante de la Universidad Católica Luis Amigó, en donde se pretende analizar cómo la moda a través indumentaria proporciona rasgos de identidad en las subculturas punk y rastafari de la ciudad de Medellín.

Usted está invitando para participar de esta investigación con fines académicos, este proceso se conoce como consentimiento informado, siéntase en libertad de preguntar cualquier aspecto que le ayude a aclarar sus dudas acerca de la investigación y del proceso que se llevará a cabo con la misma.

Debe quedar claro que su participación en este estudio no le generará beneficio material o económico. Su colaboración es una contribución al conocimiento cultural de la ciudad de Medellín.

La información personal que usted nos dará en el curso de este estudio permanecerá en secreto y no será proporcionada a ninguna persona diferente a usted bajo ninguna circunstancia., su nombre no será mencionado en la investigación, incluso, se le otorgará un código para proteger su identidad. La

información solo será revisada por el jurado calificador de la investigación de la Universidad Católica Luis Amigó.

Recuerde leer con atención este consentimiento, no firme a menos que usted haya tenido la oportunidad de hacer preguntas y recibir contestaciones satisfactorias para todas sus preguntas.

Nombre del Investigador

CC.

Firma del Investigador

CC.

Nombre del Participante

C.C.

Firma del Participante

CC

Fecha:



8.3. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

Anexo 5. Matriz descriptiva para los resultados del protocolo y de las entrevistas

CATEGORÍAS	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	OBJETIVO 1
			Determinar los elementos de la indumentaria que configuran el concepto de identidad en la subcultura punk.
MODA	Moda abierta	Significación social	<p>A través de su indumentaria, los cinco participantes manifiestan gustos en común mediante algunas piezas como: alfileres y piercings, pantalones ajustados, color negro en sus prendas, prendas sin marca, gorras, cadenas y playeras.</p> <p>De igual manera, estos mismos participantes coinciden en no usar estilos y prendas tradicionales en la vestimenta punk, como son: botas militares, prendas con modificaciones y</p>

			<p>convers (solo un participante). Ninguno usaba botas punteras metálicas, cresta, tirantes, calcetines multicolores, chaquetas militares y ganchos de ropa.</p> <p>En cuanto a prendas con modificaciones, uso tradicional en los punk, según las observaciones solo dos participantes siguen este estilo en sus gorras.</p>
		<p>Significación individual</p>	<p>A manera de uso individual, los participantes presentan algunos gustos particulares; de esos gustos, algunos son tradicionales, como las botas militares, convers y ropa con modificaciones. En cuanto a las prendas que emergieron, es decir, las que no estaban establecidas en la observación no participante, los participantes usan a manera particular tatuajes, tenis, chaquetas de cuero y</p>

			prendas con marca. Se retoma especialmente a dos de los participantes, quienes usan gorras con modificaciones a diferencia de los otros tres que también usan este accesorio, pero sin ninguna modificación.
INDUMENTARI A	Significante	Denotativo	Desde un significado denotativo, y partir de la observación de la indumentaria de los participantes punk, se halló que se conservan usos de algunas prendas convencionales y típicas de esta subcultura, como son: alfileres y piercings, pantalones ajustados, color negro en sus prendas, prendas sin marca, cadenas y playeras.
	Significado		En cuanto a lo connotativo, la gorra surge como una accesorio de la indumentaria punk que se podría clasificar connotativamente, en tanto no coincide con lo que alguno autores (Henao, 2007; Uribe,

		Connotativo	2013) mencionan acerca de la indumentaria tradicional de esta subcultura. En este sentido, es preciso destacar que la gorra obstruye el peinado, y se sabe que la cresta es un adorno significativo en la subcultura punk. Sin embargo, la gorra surge como un elemento más del código común punk, pero connotativamente en la medida de que, teóricamente, no está asociada a las prendas tradicionales.
IDENTIDAD	Identidad cultural	Experiencias históricas comunes	No aplica.
		Códigos culturales compartidos	Como una de las primeras prácticas comunes de los punk observados está que suelen reunirse a conversar alrededor de un vino. El vino parece ser un elemento que los une en sus reuniones y conversaciones. Resaltando lo que ya se ha mencionado antes, los participantes comparten el uso de prendas tradicionales,

			<p>pero, de igual manera, comparten el desuso de otras, que también forman parte de la vestimenta tradicional. Nuevamente, la gorra surge como un accesorio compartido entre todos los participantes, algo llamativo si se tiene en cuenta que no es una prenda común en la indumentaria punk.</p>
		<p>Puntos críticos de diferencia profunda y significativa</p>	<p>Dentro los puntos críticos que marcan transformaciones importantes en esta subcultura, según lo observado, es llamativo que prendas y adornos tan importantes, según la teoría, como la cresta, los tirantes, ganchos de ropa, calcetines multicolores y las botas punteras metálicas no sean usados por estos participantes. Por el contrario, la gorra, los tenis y las prendas con marca se establecen como aquellos elementos que forman parte de la identidad punk, sin ser</p>

			históricamente tradicionales.
COMUNICACIÓN	Comunicación visual	Emisor	No aplica
		Receptor	No aplica
		Código	<p>Si se clasifican las prendas según la parte del cuerpo, se pudo hallar que, respecto a la cabeza, ningún participante establece su código a través de peinados o adornos, sino de accesorios como la gorra. Esto supone buscar por medio de las entrevistas qué significado toma esta prenda la vestimenta punk, en tanto reemplaza a un elemento importante tradicionalmente en esta subcultura como la cresta.</p> <p>En cuanto al tronco el código se configura por medio de prendas como las playeras, quedándose rezagados prendas como la chaqueta militar. En cuanto al color, el negro sigue siendo</p>

			<p>predominante en este grupo observado como un código que comunica algo, al igual que los pantalones ajustados, alfileres y piercings. Finalmente, en cuanto al uso de calzado, hay variabilidad, ya que algunos usan lo tradicional, como las botas militares y convers y otros lo no tradicional como tenis con marca.</p>
		Mensaje	No aplica



8.4. OTROS ANEXOS QUE SEAN REQUERIDOS

Anexo 6. Cronograma

	Agosto 2017-2	Septiembre 2017-2	Octubre 2017-2	Noviembre 2017-2	Febrero 2018-1	Marzo 2018-1	Abril 2018-1	Mayo 2018-1
Actividades								
Planteamiento del problema								
Formulación de la pregunta-problema								
Objetivos								
Estado del arte								
Marco teórico								
Diseño de técnicas de recolección de datos								
Trabajo de campo								
Análisis								